

Ida Hiltunen

KUORETUOTTEIDEN KOEMARKKINOINTI JA TUOTE-ESITTELYT

Kuoreesta gourmeeta -hanke

KUORETUOTTEIDEN KOEMARKKINOINTI JA TUOTE-ESITTELYT

Kuoreesta gourmeeta -hanke

Ida Hiltunen
Opinnäytetyö
Kevät 2020
Maaseutuelinkeinojen tutkinto-
ohjelma/agrologi amk
Oulun ammattikorkeakoulu

TIIVISTELMÄ

Oulun ammattikorkeakoulu

Agrologin tutkinto-ohjelma, Maaseutuelinkeinojen suuntautumisvaihtoehto

Tekijä: Ida Hiltunen

Opinnäytetyön nimi: Kuoretuotteiden koemarkkinointi ja tuote-esittelyt

Työn ohjaaja: Pekka Kokkonen

Työn valmistumislukukausi ja -vuosi: Kevät 2020

Sivumäärä: 59 + 23

Opinnäytetyöni toimeksiantajana on Kuoreesta gourmeeta -hanke. Työni taustalla vaikuttavan hankkeen tavoitteena on vajaasti hyödynnetyn kuoreen jalostusarvon nostaminen elintarvikekäytön kautta. Lisäksi hankkeella pyritään innovoimaan uusia liiketoimintamalleja kuoretuotteiden myynnin ja tunnettuuden edistämiseksi. Opinnäytetyössäni pääpaino on ollut erilaisten kuoretuotteiden maistatuksissa sekä niistä saatujen palautteiden koonnissa ja käsittelyssä. Työnäni on ollut selvittää kuluttajien mieltymyksiä kuoretuotteisiin samalla pyrkien lisäämään kuoreen tunnettavuutta maistatusten yhteydessä. Lisäksi olen kartoittanut mahdollisia laajempaan tuotantoon soveltuvia tuotteita. Työlläni hankittua tietoa käytetään mahdollisesti tulevien vajaasti hyödynnettyjä kalalajeja koskevien hankkeiden taustamateriaalina ja suunniteltaessa tulevaisuudessa kalanjalostukseen liittyviä toimenpiteitä.

Työssäni olen käyttänyt lähdemateriaaleina tuotekehitykseen ja markkinointiin liittyvää kirjallisuutta ja henkilöhaastatteluja. Lisäksi tuotteiden maistatuksista saatu palaute on ollut työssäni ensiarvoisen tärkeässä roolissa. Maistatustilaisuuksia järjestettiin kaikkiaan kahdeksan kappaletta, joista seitsemästä kerättiin palautelomakkeet. Palautelomakkeita saatiin kaikkiaan 347 kappaletta. Maistatettavia tuotteita olivat kuoretäyssäilykkeet (Perämeren kuoretta japanilaisittain, Perämeren kuoretta bolognesekastikkeessa ja Perämeren savukuoretta öljyssä), kuorelasagne sekä friteerattu kuore.

Palautelomakkeista saadun tiedon perusteella kuore oli suurimmalle osalla maistatuksiin osallistuneista tuntematon kala. Pääsääntöisesti maistatuksista saatu palaute oli positiivista ja kannustavaa. Luonnonkalan ja sivusaaliina saadun kalan käytön lisääminen koettiin tärkeäksi asiaksi.

Kuoretäyssäilykkeiden osalta makutottumukset näkyivät selvästi erilaisilla maistatusryhmillä eri maistatustilaisuuksissa. Oulun ammattikorkeakoulun henkilökunnasta maistatukseen osallistuneet arvostivat eniten Perämeren kuoretta japanilaisittain, kansainvälisessä maistatustapahtumassa suosikiksi nousi Perämeren kuoretta bolognesekastikkeessa ja kalastajien mielestä paras oli Perämeren savukuoretta öljyssä. Vähittäiskaupan maistatuksessa makumieltymykset jakautuivat tasaisemmin. Kuorelasagne herätti suuresti ammattikeittiöiden mielenkiinnon ja siitä on mahdollisuus tuotekehityksen ja kustannuksien järjeistämisen myötä luoda hyvä tuote esimerkiksi koulu- ja työpaikkaruokailuun. Friteerattu kuore maistui Likis-lähiruokatapahtumassa, mutta sen jatkojalostus ei ole välttämättä järkevää eikä kustannustehokasta.

kuore, norssi, luonnonkala, vähempiarvoinen kala, sivusaalis, elintarvikekäyttö, kalastus

ABSTRACT

Oulu University of Applied Sciences
Agricultural and Rural Industries/ Agronomist

Author: Ida Hiltunen

Title of thesis: Smelt Gourmet Test Marketing and Taste Testing

Supervisor: Pekka Kokkonen

Term and year when the thesis was submitted: Spring 2020 Number of pages: 59 + 23

This thesis is a part of The Smelt Gourmet project. The main aims of this project are to rise the value of the less appreciated smelt fish as food but also other fish species, which come from the sea as a bycatch. This project will also innovate new business ideas to develop new smelt fish products into markets in Finland and abroad. The Smelt Gourmet project wants to rise knowledge of smelt as a fish, too.

The main task of this thesis has been to organize several taste test meetings (smelt products) and to collect feedback from them. My task has been to find out the consumers' opinions about smelt products but also to tell about smelt fish and other bycatch fish species. This thesis will hopefully help also future projects concerning the less value fish and it can be background material in the future.

Eight different taste test meetings were organized and feedback forms were collected from seven of them. Total number of the feedback forms was 347. The products in those taste test meetings were three different scanned smelt products (Smelt from the Bay of Botnia Japanese Style, Smelt from the Bay of Botnia in Bolognese Sauce and Smoked Smelt from the Bay of Botnia in oil), Smelt Lasagne and deep-fried Smelt.

The information collected from the feedback forms confirm that smelt is quite unknown fish to the consumers and to those who participated in the taste test meetings. Mainly the collected feedback was positive and encourage to continue the developing work. Feedback also showed that it is important to increase the use of the nature fish and bycatch fish in kitchens at home but also in restaurants and other professional kitchens.

The feedback was various between different taste test groups, especially opinions of the canned Smelt products. The staff of the Oulu University of Applied Sciences valued the Smelt from the Bay of Botnia Japanese Style highest. In Piippola, the International Agriculture Conference taste test groups liked the Smelt from the Bay of Botnia in Bolognese Sauce the most. In Oulu, Nallikari Eden the participants of the Fishing Insurance Days valued most the Smoked Smelt from the Bay of Botnia in oil. In Pulkkila K-market opinions were quite balanced, every canned Smelt product has its own supporters. Smelt Lasagne was the most valued product of all products. Smelt Lasagne drew attention specially in Local Food and Supply Meeting in Oulu and many professional kitchens were very interested in it. Deep-fried Smelt was also very much liked, but there are some challenges to get it to the market.

smelt, fish, bycatch, less valued fish, fishing, natural fish

Sisälllys

1	JOHDANTO	6
2	KULUTTAJA JA LUONNONKALA	8
2.1	Kuore	9
2.2	Kuoreen esiintyvyys	10
2.3	Kuoreen saalismäärät	10
2.4	Kuoreen elintarvikekäyttö	12
2.5	Kuore lemmikkirookateollisuudessa	13
3	MARKKINOINTI.....	14
3.1	Markkinoinnin määritelmä.....	14
3.2	Markkinoinnin tehtävät	15
3.3	Kysyntä markkinoinnin perustana.....	16
3.4	Brändi.....	17
3.5	Markkinatutkimus	17
3.6	Kuoreen markkinointi	19
4	TUOTEKEHITYS JA TUOTTEISTAMINEN	21
4.1	Luovuus ja innovaatiot.....	21
4.2	Tuotekehitysprosessi.....	21
5	AINEISTO JA MENETELMÄT	23
6	MAISTATUSTILAISUUKSIEN TULOKSET	24
6.1	Maistatustilaisuuksien aikataulu	24
6.2	Oulun ammattikorkeakoulu 24.4.2019	25
6.3	Lounasravintola Pikku Mestari Kemi 9.5.2019.....	32
6.4	K-market Pulkila Siikalatva 28.6.2019	34
6.5	International Agriculture Innovation-konferenssi Piippolassa 9.8.2019.....	39
6.6	Kalastusvakuutuspäivät Nallikari Eden Oulu 5.9.2019	40
6.7	Lähirooka- ja hankintatreffit Oulu 20.9.2019.....	43
6.8	Likis-lähirookatahtuma Oulu 21-22.9.2019	45
7	MAISTATUSTULOSTEN YHTEENVETO	49
8	JOHTOPÄÄTÖKSET	53
9	POHDINTA	55
	LÄHTEET.....	58
	LIITTEET	60

1 JOHDANTO

Kuoreesta gourmeeta -hankkeen tarkoituksena on nykyisellään vajaasti hyödynnetyn kuoreen jalostusarvon nostaminen elintarvikekäytön kautta. Lisäksi hankkeella pyritään innovoimaan uusia liiketoimintamalleja kuoretuotteiden myynnin ja tunnettuuden edistämiseksi. Hankkeen toiminta-aika on 1.11.2018- 30.09.2020. Hankkeessa on mukana useita toimijoita kalastuksen ja kalanjalostuksen toimialoilta. (Oulun ammattikorkeakoulu Kuoreesta gourmeeta -hanke 2020, viitattu 7.5.2020.)

Opinnäytetyöni teoreettinen painopiste on kuoreen markkinoinnissa, tuotekehityksessä, koemarkkinoinnissa ja kuluttajien ostokäyttäytymisen tutkimisessa. Koemarkkinoinnin ja ostokäyttäytymisen kartoittamisen lisäksi opinnäytetyöni yksi keskeinen tavoite on lisätä kuoreen ja kuoretuotteiden tunnettuutta ja luoda positiivista mielikuvaa kotimaisten, sivusaaliina saatavien kalojen elintarvikekäytöstä koemarkkinointi ja -maistatustilaisuuksissa. Lisäksi sivuan työssäni kuoreen moninaisia mahdollisuuksia elintarvikekäytössä sekä lemmikkiiruokateollisuudessa.

Empiirinen osuus työstäni koostuu osallistumisesta kahdeksaan eri kuoretuotteiden maistatustilaisuuteen. Jokaista tilaisuutta varten laadittiin erillinen palautelomake, jolla kerättiin tietoa tuotteen kehittämistä ja jatkojalostusta varten. Lisäksi palautelomakkeista koottiin kuluttajakäyttäytymisestä kertovaa tietoa tuotekehityksen ja markkinoinnin tueksi. Tuotteet vaihtelivat osittain eri maistatustilaisuuksissa, joten palautelomakkeiden pohjalta saadut vastaukset eivät olleet täysin vertailukelpoisia keskenään. Maistatustilaisuudet olivat ulkoisilta viitekehyksiltään jokainen hieman erilainen ja niihin osallistujat ovat myös erilaisista kohderyhmistä. Viimeisestä Maistuva Raahe -tapahtuman maistatustilaisuudesta ei kerätty palautelomakkeita.

Tärkein asia tulevaisuutta ajatellen oli selvittää kuoreesta saatua mielikuvaa maistatettujen kuoretuotteiden pohjalta. Lisäksi maistatustilaisuuksissa oli tarkoituksena kartoittaa tulevaisuuden markkinapotentiaalia kunkin mukana olleen kuoretuotteen osalta. Tuotekehitys on merkittävä osa koko hanketta. Ilman laadukkaita kuoretuotteita on mahdotonta luoda markkinoita ja markkinointistrategiaa kuoreelle ja muille sivusaaliina saataville kalalajeille.

Markkinoinnin tärkeimmät näkökulmat ovat näkyvyys ja tunnettuus. Sosiaalista mediaa, kuten esimerkiksi Facebookia ja Instagramia hyödyntämällä kuluttajien oli ja on tulevaisuudessakin mahdollista seurata hankkeen etenemistä ja saada tietoa eri maistatustapahtumista. Lisäksi sosiaalisen median kautta tunnettuus lisääntyy ja tiedon jakaminen on nopeaa ja vaivatonta. Sosiaalinen media aktivoi myös nuoria mukaan seuraamaan kuoreen ja muiden sivusaaliina saatavien kalojen matkaa merestä ruokapöytään ja kuluttajan lautaselle.

Luonnonkalan ja erityisesti kuoreen markkinoinnin suunnittelun kulmakivenä on sosiaalinen media, jota pyritään käyttämään ennalta suunnitellun aikataulun mukaisesti. Aikataulu helpottaa ja tehostaa markkinointia. Postauksia tehdään säännöllisesti ja niiden tavoitteena on totuttaa ja sitouttaa kuluttajat seuraamaan hankkeen ja tuotekehityksen etenemistä. Markkinointi sosiaalisessa mediassa toteutetaan samassa syklissä kalastuksen vuosikellon kanssa, ja tällä pyritään aktivoimaan kuluttajia käyttämään kalaa sen saatavuuden ja sesongin mukaan.

Työssäni hyödynnän aiemmalta Innovation Plan -opintojaksolta yhdessä opiskelijaryhmämme kanssa keräämäämme tietoa ja Padlet-työkalun avulla työstämiämme innovatiivisten ajatusriihemme tuloksia. Teimme opintojaksolla tiivistä yhteistyötä Kuoreesta gourmeeta -hankkeen kanssa. Materiaali on liitetty osaksi hankkeen tuottamaa materiaalia.

2 KULUTTAJA JA LUONNONKALA

Kuluttajan ruuankulutukseen ja ostokäyttäytymiseen liittyviä tutkimuksia ja hankkeita on runsaasti. Asiaa on tarkasteltu vuosien varrella useista eri näkökulmista. Osalla hankkeista pyritään vaikuttamaan kuluttajien ruokailutottumuksiin sekä ostokäyttäytymiseen ohjaamalla heitä hyödyntämään enemmän läheltä saatavia elintarvikkeita tai muuttamaan ruokavaliotaan terveellisempään suuntaan. Kuluttajaliiton hallinnoima Syö hyvää -hanke on yksi näistä. Hanketta rahoittaa Raha-automaattiyhdistys ja tammikuussa 2014 julkaistut suomalaiset ravitsemussuositukset ovat sen pohjana. Hankkeen kohderyhmänä ovat ravitsemuksellista neuvontaa antavien terveysalan ammattilaisten lisäksi tavalliset kuluttajat. Hankkeessa on Kuluttajaliiton lisäksi mukana 21 eri toimijaa alalta. (Kuluttajaliitto.fi 2019, viitattu 31.8.2019.)

Suomalaiset ravitsemussuositukset suosittelevat syömään kalaa vähintään kaksi kertaa viikossa eri kalalajeja vaihdellen. Kalansyöntitilastoissa huomioitavaa on se, että vaikka Suomi on tuhansien runsaskalaisten järvien maa, valitaan lautaselle usein ulkomaista kalaa mieluummin kuin kotimaista kalaa. Tuontikalaa syödään Suomessa lähes 11 kiloa, suosituinta tuontikalaa on Norjasta tuotu lohi. Kotimaista kalaa syömme alle neljä kiloa vuositasolla, suosituin kotimaisista kaloista on kasvatettu kirjolohi. Kuluttaja on nykyisin tottunut ostamaan kalan valmiiksi perattuna, kokonaisten luonnonkalojen kysyntä on melko heikkoa. Oulun alueella pyyntikaloista suosituimpia ovat siika, lohi ja maiva eli merimuikku. (Kuluttajaliitto.fi 2019, viitattu 31.8.2019.)

Suomessa kalakannat ovat paikoitellen niin suuret, että järviämme joudutaan hoitokalastamaan, jotta järvien elinvoimaisuus säilyisi. Hoitokalastuksesta saadut kalasaaliit päättyvät usein eläinrehuksi ihmisravinnon sijaan. Oikein valittu kala-ateria on ekoteko ja tätä pyritään tuomaan esiin myös Kuoreesta gourmeeta -hankkeen avulla. (Kuluttajaliitto.fi 2019, viitattu 31.8.2019.)

Kuluttajan ruuanlaittoon käyttämä aika on varsinkin arkena rajallista. Kuluttaja haluaa helposti ja nopeasti valmistuvaa ruokaa. Kestävän kehityksen tukeminen ohjaa myös kuluttajaa ruokakaupan tiskillä. Kotimaisten järvikalojen markkinointia ja tunnettua tulisi vielä lisätä, jotta ne olisivat selkeämmin ja helpommin kuluttajan valittavissa. Kotimaisesta kalasta valmistetut ruuat kannattaisi tuotekehityskokeilujen avulla muokata valmiiksi reseptivihkosiksi, joita voisi kunkin kalan sesongin mukaan jakaa veloitusetta valmiina pakettina vähittäiskaupoissa sekä sosiaalisessa mediassa.

2.1 Kuore

Kuore on latinankieliseltä nimeltään *Osmerus eperlanus*. Se kuuluu kuoreiden heimoon ja muistuttaa ulkonäöltään hieman pientä muikkua. Hyvä tuntomerkki on kuoreen tuorekurkkua muistuttava ominaistuuksu. Kuoreesta on Suomessa kaksi eri muotoa, jotka eroavat toisistaan kooltaan ja kasvunopeudeltaan. Kookkaampi muoto, jota kutsutaan norssiksi, elää merialueilla. Kuore on kooltaan sisävesissä seitsemästä kahteentoista senttimetriin ja merialueilla viidestätoista kahteenkymmeneen senttimetriin. (LuontoPortti 2019, viitattu 29.8.2019.)

Kuoreella on melko suuri suu ja alaleuka on yläleukaa selvästi pidempi (kuvio 1). Leuoissa on pitkät ja terävät hampaat. Kuoreen suomut irtoavat helposti ja ne ovat läpinäkyviä ja pieniä. Pienet kuoret ovat usein läpikuultavia. Järvi kuoreen selkä on sinertävä. Merialueen norssin selkä sen sijaan on usein sinertävän vihreä, kyljen yli kulkee pitkä hopeanvärinen raita ja vatsa on vaalea. Kuore on ulappavesien parvikala, joka kutee jokien suilla ja virtaavassa vedessä aikaisin keväällä vasta jäiden ollessa lähdössä. Se viihtyy syvissä vesissä, mutta nousee pintaan kesäöisin. Järvi kuore syö planktoneja, norssi kookkaampana yksilönä myös pohjaeläimiä ja kalanpoikasia. (LuontoPortti 2019, viitattu 29.8.2019.)

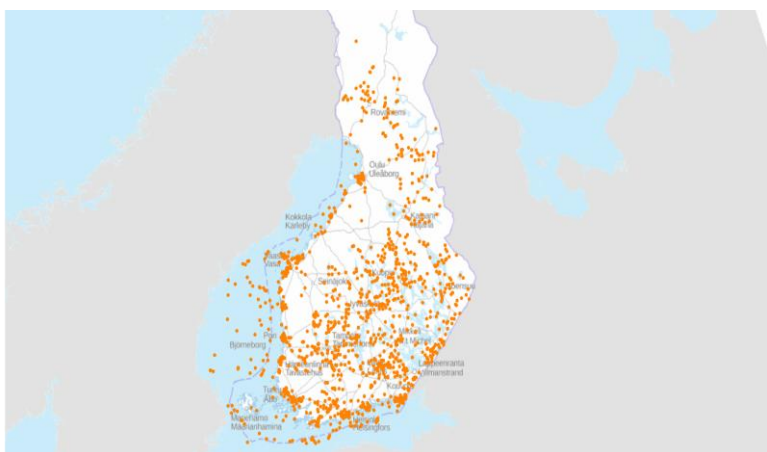


KUVIO 1. Kuva kuoreesta (Kuva: Ida Hiltunen)

2.2 Kuoreen esiintyvyys

Alla oleva kartta kuvaa kuoreen esiintyvyyttä Suomessa (kuvio 2). Kuoretta tavataan sisävesissä aina Oulunjoen vesistöön saakka, ja joitain satunnaisia esiintymiä voi olla pohjoisempanakin. Kookkaampaa, nopeakasvuista kuoretta on sisävesissä tavattu ainakin Höytiäisessä, Ylänteen Pyhäjärvestä, Saimaassa, Näsijärvessä, Päijänteessä, Pyhäselässä ja Lentuassa. Kookas kuore on tavalinen myös kaikilla merialueillamme. (LuontoPortti 2019, viitattu 29.8.2019.)

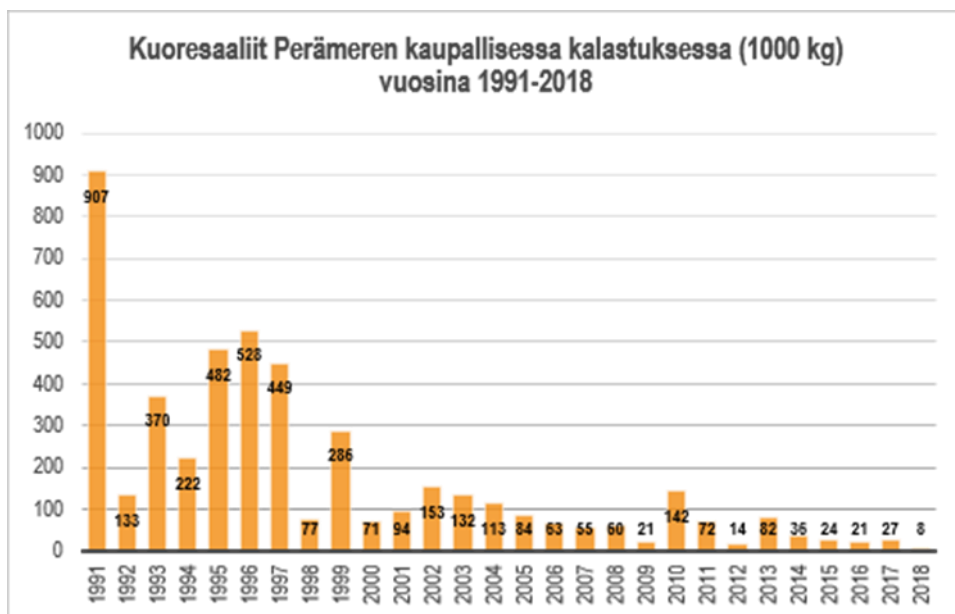
Kuore on tunnettu Kainuun maakuntakalana (LuontoPortti 2019, viitattu 29.8.2019). Se on merkittävin sivusaalis sisävesi- ja rannikkokalastuksessa. Kuore on maukkaimmillaan keväällä kutemisen jälkeen. Sitä voi syödä samoin kuin esimerkiksi muikkuja, leivitettyinä ja voissa paistettuna. Sen mäti on herkullista ja rakenteeltaan pienirakeista. (Prokala 2019, viitattu 29.8.2019.)



KUVIO 2. Kuoreen esiintyvyysskartta. (Luonnonvarakeskus 2019, viitattu 2.4.2020).

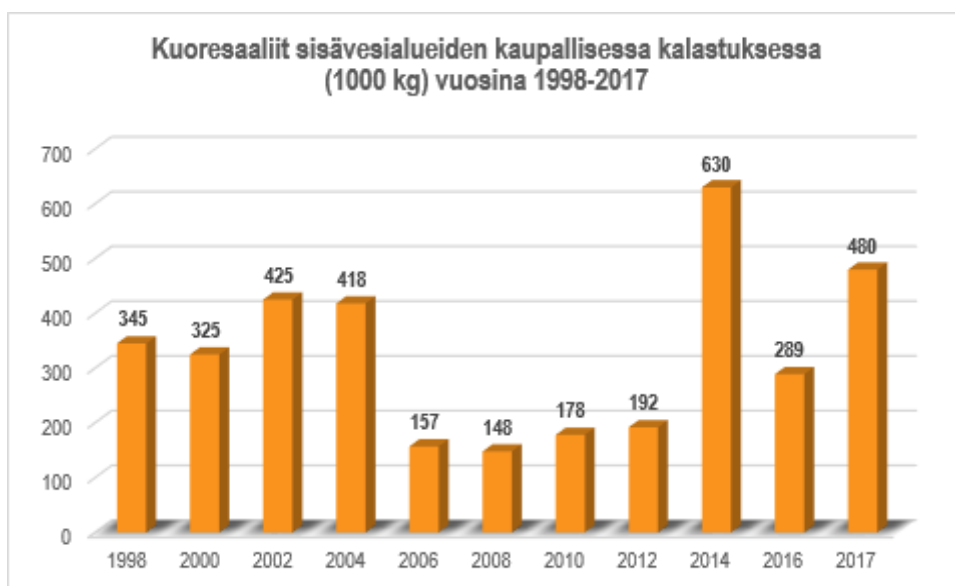
2.3 Kuoreen saalismäärät

Kuoreen saalismäärä merialueen kaupallisessa kalastuksessa on vuoden 2018 ennakkotiedon mukaan Perämerellä 8 000 kiloa (Luonnonvarakeskus 2019, viitattu 2.4.2020). Kuviosta 3 on selkeästi havaittavissa kuoreen saalismäärien pieneneminen. Kuitenkin kalastajien kanssa keskustellessa on käynyt ilmi, ettei kalakanta ole vähentynyt vaan ainoastaan kuoreen pyynti on vähentynyt. Kuore on tällä hetkellä vain kalastajien sivusaaliina pyydyksiin tulevaa kalaa.



KUVIO 3. Kuoresaaliit Perämeren kaupallisessa kalastuksessa 1991-2018 (Luonnonvarakeskus 2019, viitattu 2.4.2020)

Kaupallisen kalastuksen saalismäärä sisävesialueilla on Pohjanmaalla 4 000 kiloa, Kainuussa 26 000 kiloa ja Lapissa 8 000 kiloa. (Luonnonvarakeskus 2019, viitattu 2.4.2020.) Sisävesialueilla kuoreen pyynti on muutaman hiljaisemman vuoden jälkeen kääntynyt nousuun, vuonna 2014 oli huomattavasti suuremmat kuoresaaliit. (Kuvio 4.) Tilastoihin ei täysin voi luottaa, sillä saalismääriä ilmoitetaan tilastoihin hyvin vaihtelevalla tarkkuudella ja osa saaliista voi jäädä ilmoittamatta kokonaan.



KUVIO 4. Kuoresaaliit sisävesialueiden kaupallisessa kalastuksessa vuosina 1998-2017 (Luonnonvarakeskus 2019, viitattu 2.4.2020).

2.4 Kuoreen elintarvikekäyttö

Kuore on erinomainen ruokakala ja sen käyttöä ruuanvalmistuksessa tulisi ehdottomasti lisätä nykyisestä. Kuoretta voidaan hyödyntää ruuanvalmistuksessa monipuolisesti usealla eri tavalla. Pientä kuoretta voi paistaa sellaisenaan tai leivitettyinä pannulla, suuremmista kuoreista saa taas herkullisia fileitä, joista voi valmistaa esimerkiksi kuorekukkoa. Kuore on myös oivallinen kala hyödynnettäväksi elintarviketeollisuudessa esimerkiksi kalamassan tai kalajauhelihan valmistuksessa. Kalajauhelihan avulla on mahdollista varioida lukemattomia uusia ideoita tuotekehitykseen. Siitä on esimerkiksi mahdollista valmistaa kalalasangia tai kalajauhelihipihvejä. Kalajauheliha on ehdottomasti tulevaisuuden mahdollisuus luonnonkalan jalostusarvon nostamiseksi. Kalajauhelihan saatavuus voitaisiin myös varmistaa kalastuksen vuosikellon (kuvio 6) avulla, jolloin massaksi jalostettavaa raaka-ainetta olisi ympäri vuoden saatavilla. Kalamassan tai -jauhelihan kalalajien koostumus vain vaihtelisi aina kulloisenkin kalalajin saatavuuden mukaisesti.

Kuoretuotteita on vielä toistaiseksi ollut hyvin vähän markkinoilla. Kuitenkin on jo nyt ainakin yksi loistava esimerkki onnistuneesta kuoretuotteen lanseeraamisesta maailmalle. Taiga Chocolate Oy:n kehittämä ja valmistama kuoresuklaa (kuvio 5) on voittanut kaksi arvostettua palkintoa Aasiassa elintarvikealan messuilla. Taigan erikoissuklaa valittiin parhaaksi makeis- ja konditoriatuotteeksi Singaporessa järjestettävässä Speciality & Fine Food Asia -messutapahtumassa (SFFA) vuonna 2019. Taiga sijoittui lisäksi kolmen kärkeen parhaan raaka-aineinnovaation kategoriassa. Vuonna 2018 Taigan kalasuklaa palkittiin Hong Kongissa Natural and Organic Products Asia -messuilla (NOPA) koko messujen parhaana tuotteena. (Taigachocolate Oy, viitattu 28.3.2020.)



KUVIO 5. Taiga Chocolate Oy:n kuoresuklaa (Taigachocolate Oy, viitattu 18.4.2020)

2.5 Kuore lemmikkiiruokateollisuudessa

Elintarviketeollisuuden käyttämättä jääneet raaka-aineiden ja eläinten osat voidaan tehokkaasti hyödyntää lemmikkiiruokateollisuuden raaka-aineina. Lemmikkiiruokateollisuuden tuotteilla on mahdollista tehdä hyvä taloudellinen tulos. Kristiinankaupunkilainen lemmikkiiruokatehdas Dagsmark Petfood on tuonut markkinoille ensimmäisen kotimaisen koirien kuivaruuan elokuussa 2017. Tuotteen menekki on yllättänyt positiivisesti ja yritys on hakenut 500 000 euron lisärahoitusta tuotantokapasiteettinsa kasvattamiseen. ”Suomessa koirabisneksen arvo on jo yli puoli miljardia euroa, josta varsinaisen koiranruokabisneksen osuus on noin 150 miljoonaa euroa”, arvioi Dagsmark Petfoodin yksi perustaja ja toimitusjohtaja Laura Strömberg. (Kankare 2017, viitattu 18.4.2020.)

Kuore soveltuu esimerkiksi jalostamattomana ja kokonaisena hyvin lemmikkiiruokien raaka-aineeksi ja myytäväksi tuotteeksi. Kuoretta on jo kuivattuna myynnissä lemmikkieläinten herkuksi ja sen kilohinta on usein huomattavan paljon korkeampi kuin elintarvikkeeksi kuivatun kuoreen kilohinta. Tuotteen alkuperämaa on kuitenkin usein joku muu kuin Suomi. Kotimaisuus, ekologisuus ja edullisuus ovat ehdottomasti lemmikkiiruokateollisuuden markkinointikeinoja, kun ajatellaan esimerkiksi kuivatun kuoreen tuotteistamista kissojen ja koirien herkkupaloiksi. Lisäksi osa elintarviketeollisuuden perkuujätteestä voitaisiin mahdollisesti hyödyntää jauheena esimerkiksi koiranruokamakkaroihin.

Etäisyys yritysten ja kuoreen pyyntipaikkojen välillä asettaa logistisia haasteita mahdollisille yhteistyökuvioille. Seuraavina asioina kuoreen lemmikkiiruokamarkkinoille saattamiseksi tulisi selvittää tarkasti kuoreen hyvät pyyntipaikat ja saalismäärät, logistiset seikat, hankkeesta syntyvät kustannukset yritykselle sekä tämän selvitystyön toteuttajat. Lisäksi kuoreen tarkka ravintosisältö, mahdolliset allergeenit sekä kuoreen käsittelyyn liittyvät haasteet olisi hyvä selvittää ennen jatkoneuvotteluja yritysten kanssa.

3 MARKKINOINTI

3.1 Markkinoinnin määritelmä

Markkinoinnin määritelmiä on paljon, varmaankin yhtä paljon kuin määrittelijöitä. Markkinointia voisi kuvata eräänlaisena ajattelu- ja toimintatapana, jolla pyritään luomaan kilpailukykyinen, myyvä ja kaikille asianosaisille arvoa tuottava tuote tai palvelu. Tämä tapahtuu vuorovaikutteisesti henkilöiden välillä. Markkinoinnin tulisi olla vastuullista ja pohjautua yhteisöllisyyteen ja suhteisiin. (Bergström & Leppänen 2015, 22.)

Markkinoinnin uranuurtaja Philip Kotlerin mukaan markkinointi on inhimillistä toimintaa, joka suunataan tarpeiden tyydyttämiseen vaihdantaprosessin kautta. Toimintaamme ja ostokäyttäytymistämme ohjaavat erilaiset, melko yksilöllisetkin, tarpeet ja halut. Osa tarpeistamme on välttämättömiä säilyäksemme hengissä, osa taas tarpeita, joilla voimme parantaa elintasoamme. (Kotler 1982, 25-26.) Tarve voidaan myös määritellä fyysiseksi tai henkiseksi tilaksi, jossa koetaan joko tiedostamatta tai tietoisesti jonkin välttämättömän, tarpeellisen, halutun tai toivotun asian puutetta (Suomisanakirja 2019, viitattu 3.5.2019).

Yksinkertaistetusti voidaan sanoa, että markkinointi on kaikki ne toimenpiteet, joilla saadaan asiakas ostamaan tuote. Markkinointi on tarkasti asiakaslähtöisesti suunniteltu eri toimintojen kokonaisuus. (Tieto 2019, viitattu 3.5.2019.) Markkinoinnin tavoitteena on vaikuttaa myönteisesti ostopäätökseen. Asiakas tutkii ja vertailee eri tuotteita saatavilla olevan tiedon perusteella. Tämän vuoksi on tärkeää, että myytävät tuotteet ovat hyvin esillä markkinointikanavissa. Nykyisin saatavilla olevat sosiaalisen median mahdollisuudet tuovat paitsi lisää vaihtoehtoja myös lisää haastetta markkinointiin. Tieto- ja mainostulvat ovat lisääntyneet valtavasti ja kuluttajat ovat osin turtuneet markkinoinnille. Sosiaalisessa mediassa on helppo olla näkyvillä, mutta kuluttajan on myös helppo ohittaa hänelle suunnattu markkinointi.

Yksi markkinoinnin määritelmistä voisi olla se, että markkinointi on toimintaa, jota ohjaa tietty tarkoitus saada asiakas tyytyväiseksi. Aiemmin markkinointia tehtiin näkökulmasta, jossa pyrittiin saa-

maan yritykselle tietty markkina-asema. Nykyisin tilanne on päinvastainen, eli asiakas luotsaa yrityksen suuntaa ja täten asiakasosuus korvaa markkinaosuuden. Yrityksen on järkevää tehdä sitä, minkä se osaa parhaiten. Toimintojen ja palveluiden laaja-alainen hajottaminen kuluttaa tarpeettomasti yrityksen voimavaroja ja tekee yrityksen toiminnasta tehotonta. Markkinoinnilla voidaan katsoa olevan kolme toimintamuotoa, jotka ovat seuraavat: 1. Ulkoinen markkinointi (tarkoittaa massamarkkinointia, joka on suunnattu suurille joukoille) 2. Vuorovaikutusmarkkinointi (tarkoittaa kontaktitilanteiden yksilöllistä hoitamista) ja 3. Sisäinen markkinointi (tarkoittaa toimintaa, joka kohdistuu henkilöstöön). (Lahtinen & Isoviita 2001, 11.)

3.2 Markkinoinnin tehtävät

Markkinoinnissa ei riitä se, että asiakas ostaa tuotetta tai palvelua vain kerran. Siinä pyritään pitkäkestoiseen asiakassuhteeseen, näin saadaan yritykseen kannattavuutta ja vakautta. Eri asiakkaat kokevat ja arvostavat eri asioita. Markkinoinnissa on tärkeää kohdata jokainen kohderyhmä juuri siihen vetoavalla tavalla ja löytää kunkin kohderyhmän arvostamat asiat. Arvoja voivat olla hinta, laatu, tehokkuus, nopeus, helppous ja vaivattomuus. Monet eettiset arvot ohjaavat myös kulutusta ja tämä on tärkeää ennakoida jo tuotekehityksessä ja koemarkkinoinnissa. (Bergström & Leppänen 2015, 24.)

Uusien palveluiden ja tuotteiden luomiseksi tarvitaan yhä monialaisempaa osaamista. Ajattelumalleja, näkökulmia ja erilaista osaamista on välttämätöntä yhdistää, jotta saadaan syntymään uusia innovaatioita. Motivointi, kannustaminen ja innostaminen vahvistavat luovaa ilmapiiriä. Luova ilmapiiri antaa myös mahdollisuuden olla väärässä ja tehdä virheitä. Liiketoimintaosaaminen on myös noussut yhä suurempaan rooliin, vaikka luovuus ja teknologiaosaaminen kulkevat siinä rinnalla. Näitä kaikkia tarvitaan menestyksekkään tuotteen markkinoille saattamiseen. Nyky-yhteiskunnassa kyky yhdistää tuotteeseen ei materiaalisia arvoja ja elämyksiä on tärkeää. Tuotteita markkinoidaan brändinä, mielikuvatekijöillä ja ulkonäön perusteella. Tuotteiden keskeisiä kilpailukytekijöitä ja tuotekehitykseen vaikuttavia seikkoja ovat asiakkaiden arvojen, tarpeiden ja toiveiden tunnistaminen ja niiden pohjalta luotu asiakkaan näköinen tuote. (Hietikko 2015, 15-16.)

3.3 Kysyntä markkinoinnin perustana

Yrityksen tulee olla koko ajan tietoinen siitä, mitä maailmalla ja markkinoilla tapahtuu. Markkinoinnista vastaavan henkilön tulee tuntea sekä nykyisten että potentiaalisten asiakkaiden arvostukset, tarpeet ja ostokäyttäytyminen ja siihen johtaneet syyt. Kysynnän ennakointi luo pohjaa markkinointitratkaisuille, viestinnälle ja tuotekehitykselle. (Bergström & Leppänen 2015, 22.)

Kysyntää luodaan tekemällä tuotteista tai palveluista erilaisia kuin kilpailevilla yrityksillä. Tuotteiden tulee herättää asiakkaan mielenkiinto ja puhutella heitä jollain tavalla. Mainonnan ja kaiken viestinnän kohdentaminen oikealle asiakasryhmälle on tärkeää. Alkanutta asiakassuhdetta pidetään yllä mainonnan, asiakaspalvelun, myyntityön ja positiivisten kokemusten kautta. Tyytyväinen asiakas tulee uudelleen ostoksille ja markkinoi yritystä myös eteenpäin. (Bergström & Leppänen 2015, 22.)

Tuotekehitystä ja uusien toimintamallien luomista tehdään yrityksessä jatkuvasti. Tätä työtä ohjaavat ennen kaikkea asiakkaiden tarpeet. Asiakaspalautteet ja markkinatutkimus ovat kehitystyön tärkeimpiä työkaluja. Tuotteen tai palvelun pitää myös kohdata oikea asiakas oikeassa paikassa oikeaan aikaan. Lisäksi yrityksen panostus laadukkaaseen ja sujuvaan asiakaspalveluun sekä henkilöstön kokonaisvaltaiseen kouluttamiseen on ensiarvoisen tärkeää. (Bergström & Leppänen 2015, 22-23.)

Kysyntää voidaan säädellä esimerkiksi hinnoittelun avulla tai ohjaamalla kysyntää yrityksen johonkin toiseen tuotteeseen (Bergström & Leppänen 2015, 23). Esimerkiksi neulelankavalikoimaa muutetaan vuodenaikojen mukaan liikkeissä, keväällä neulotaan puuvillalangasta ja syksyä kohti siirrytään villalankojen pariin. Menneen kesän puuvillalankavarasto myydään tyhjiin, jotta keväällä saadaan taas uuden sesongin tuotteet myyntiin. Tuotepakkauksen uusiutuessa voidaan vanhaan pakkaukseen pakatut tuotteet myydä alehintaan, jotta saadaan uudet myyntipakkaukset nopeasti hyllyyn.

Elintarvikkeiden kysyntä taas toimii hieman erilaisella syklillä. Luonnonkalan saalismäärää voi olla esimerkiksi sääolosuhteiden vuoksi joskus hankalaa ennakoida ja tämä asettaa haasteita jatkuvuudelle ja saatavuuden varmistamiselle. Saatavuutta varmistamaan olisikin hyvä kehittää tuotteita, joita voidaan varioida eri kalalajeista. Tällöin on mahdollista tarjota asiakkaalle aina vaihtoehtoinen tuote.

3.4 Brändi

Brändi voi olla termi, merkki, symboli, nimi, muoto tai näiden yhdistelmä. Brändin tarkoituksena on erottaa myyjän tuote tai palvelu kilpailijoiden tuotteista tai palveluista. (Puranen 2019, viitattu 3.5.2019.) Brändi luo myös mielikuvaa tuotteesta kuluttajalle ja voi olla hyvin merkityksellinen tekijä ostopäätöksen tekemisessä.

Nykyaikainen brändi syntyy yrityksen ja sen tuotteiden arvon ja merkityksellisyyden yhdistelmästä. Tämä yhdistelmä puolestaan muodostuu asiakkaalle hänen käydessään vuoropuhelua yrityksen kanssa. Kun yritys tarjoaa tuotetta asiakkaalle, hän samalla käynnistää vuoropuhelun ja luo kuvaa paitsi tuotteesta myös koko yrityksestä. Kun asiakas luo kontaktin yritykseen ja kokee tullessa aidosti kuulluksi ja saa toiveensa huomioonotetuksi, kontakti syvenee vahvaksi tunnetason kytenäksi juuri dialogin avulla. (Villanen 2016, 86.)

3.5 Markkinatutkimus

Markkinatutkimus on tiedon tuottamista päätöksentekijän tueksi. Markkinatutkimuksia tehdään usein haastattelemalla. Nykyisin on tärkeää myös tuottaa tieto helposti hyödynnettävässä digitaalisessa muodossa. (Mainonta ja markkinointi 2019, viitattu 3.5.2019.)

Markkinatutkimus antaa yritykselle tietoa tuotteesta ja siitä, miten tuote tai palvelu koetaan kuluttajan näkökulmasta. Markkinatutkimus pitää sisällään monia tutkimusalueita, joita kartoittamalla pyritään helpottamaan yritysten markkinoinnin, tuotekehityksen ja markkina-aseman parantamista. Markkinatutkimuksen avulla organisaatio voi tunnistaa omia vahvuuksiaan ja heikkouksiaan verrattuna kilpailijoihinsa. Lisäksi tutkimuksen avulla yritys oppii ymmärtämään ostopäätöksiin vaikuttavia tekijöitä. Markkinatutkimuksen avulla yrityksen on mahdollista seurata omaa asemaansa ja se kehityssuuntaa tulevaisuudessa. Tutkimuksilla on mahdollista myös mitata markkinointipanostusten kannattavuutta ja tuloksellisuutta. (Webropol.fi, viitattu 19.4.2020.)

Markkinatutkimuksissa erotellaan yleisesti neljä eri työvaihetta. Ensimmäinen vaihe on kyselyn suunnittelu ja muotoilu tutkittavalle kohderyhmälle soveltuvaksi. Toisessa vaiheessa tietoa aloite-

taan keräämään. Kolmannessa vaiheessa saatu tieto tallennetaan ja sitä analysoidaan. Neljännessä vaiheessa kootuista tiedoista raportoidaan ja tutkimustulosten pohjalta laaditaan niihin pohjautuvia jatkotoimenpiteitä. (Webropol.fi, viitattu 19.4.2020.)

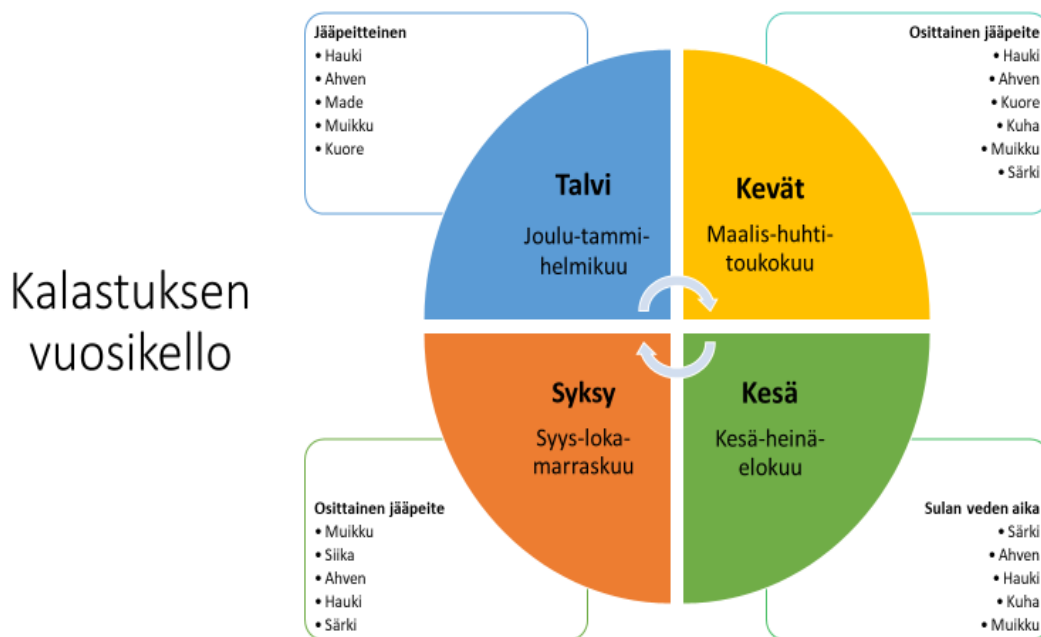
Markkinatutkimukselle on tärkeää miettiä ennalta selkeät tavoitteet ja luoda toimintasuunnitelma tutkimuksen toteuttamiseksi. Tärkeää tutkimukselle on miettiä erityisesti sitä, mitä tietoja sillä halutaan saavuttaa ja keneltä. Kyselyn ulkoasu ja selkeys on tärkeää, vastaaminen tulee tehdä mahdollisimman houkuttelevaksi ja helpoksi vastaajalle. Lauserakenteiden tulee olla selkeitä, johdattelevia kysymyksiä tulee välttää ja vaihtoehtoissa tulisi olla aina myös yksi neutraali valintavaihtoehto. (Webropol.fi, viitattu 19.4.2020.)

Otannan koko riippuu siitä, mitä tilastollisia analyysimenetelmiä halutaan käyttää ja kuinka suuri on valittu kohderyhmä. Mikäli tuloksia halutaan analysoida millä tahansa tilastollisella menetelmällä, suositeltava minimikoko on 50-100 vastaajaa riippuen analyysitavasta. Paras otantakoko on 300 - 500 vastaajaa. Mitä suurempi otanta tutkimuksessa on, sitä pienempi on virhemarginaali. (Webropol.fi, viitattu 19.4.2020.)

3.6 Kuoreen markkinointi

Kuore on kuluttajalle vielä melko tuntematon kala ja sen vuoksi kuoretuotteiden markkinointiin ja tunnettuuden lisäämisen tulee kiinnittää erityistä huomiota. Markkinointitoimenpiteiden lisäksi huomiota tulee kiinnittää siihen, että kalaa olisi ympäri vuoden tasaisesti saatavilla. Tämän vuoksi tulee markkinointi kohdentaa tapahtuvaksi yhtäaikaaisesti kalan saatavuuden kanssa. Kuoretta ei valitettavasti saada saaliiksi tasaisesti ympäri vuoden ja siksi markkinointiin kannattaa ottaa mukaan myös muita sivusaaliina saatavia kaloja. Näin kuluttajalle pystytään parhaalla mahdollisella tavalla takaamaan tuotteiden saatavuus tasaisesti ympäri vuoden.

Alla kuviossa 6 oleva vuosikello kehitettiin yhteistyössä Innovation Plan-opintojakson opiskelijatyöryhmän kanssa. Vuosikellon paikkansa pitävyyden on tarkistanut Oulun kalatalouskeskuksen toiminnanjohtaja Heikki Tahkola. Vuosikellon avulla näemme, mitä kalaa mihinkin vuodenaikaan saadaan. Näin markkinointia on mahdollista kohdentaa kulloinkin saatavilla olevan kalalajin mukaan. Esimerkiksi jääpeitteiseen talviaikaan kuoretta saadaan nuottaamalla jään alta runsaitakin saaliita.



KUVIO 6. Kalastuksen vuosikello (Innovation Plan-opintojakso 2019, Hiltunen, Juntunen, Lehtosaari-Vähäkuopus, Posio, Romppainen & Sivula, viitattu 19.4.2020).

Kuoreen markkinointiin liittyy useita haasteita. Kuoreen tunnettuutta pitää entisestään lisätä, jotta kuoretuotteita saadaan markkinoille. Kuoreella on myös tietynlainen maine ”roskakalana”, tämä käsitys on melko vankka varsinkin vanhemmalla väestöllä. Kuoreen markkinoinnissa kannattaa

hyödyntää sosiaalista mediaa ja kuvamateriaalia mahdollisimman paljon, jotta nuorempi väestö saataisiin innostumaan sen käytöstä. Erilaiset tunnistus- ja käsittelykurssit sivusaalina saatavien kalojen valmistamisesta ruuaksi voisivat olla hyvä markkinointikeino. Luonnonkalan imagon nostaminen ja esimerkiksi positiivisen ympäristövaikutukset, kuten rehevöitymisen ehkäiseminen, kannattaa hyödyntää markkinoinnissa. Markkinoinnissa kannattaa ottaa käyttöön vuosikelloajattelu, joka kulkee käsikädessä yllä mainitun kalastuksen vuosikellon kanssa.

4 TUOTEKEHITYS JA TUOTTEISTAMINEN

4.1 Luovuus ja innovaatiot

Luovuus on merkittävässä roolissa vaikuttamassa innovaatioihin ja niiden syntyyn. Ideoiden ja ratkaisumallien tuottamiseen tarvitaan luovaa ajattelua. Innovaatioon kuuluu ideoinnin lisäksi myös idean käytäntöön vieminen. Luovuus ei ole sidoksissa esimerkiksi koulutukseen tai asemaan, vaan se on inhimillinen ominaisuus, joka voi olla jokaisella ihmisellä. Sisäisen motivaation merkitys luovuuden moottorina on tärkeää, mutta myös ihmisen yksilölliset ominaisuudet vaikuttavat luovuuteen. (Hietikko 2015, 15 - 16.)

Luovuus edellyttää tietynlaista työympäristöä. Luovuudelle otollinen työympäristö on keskusteleva, avoin ja arvostaa aloitteellisuutta. Työntekijöiden arvostaminen lisää luovuutta ja samalla myös viihtyisyyttä. Innovaation käyttövoimana toimii rutiineista poikkeava ajattelu ja ympäristö, joka on ilmapiiriltään suvaitsevainen ja houkuttelee luokseen erilaisista taustoista olevia ihmisiä. Kyse on pikemminkin siitä, miten luova potentiaali saadaan näkymään työssä luovina suorituksina. Luovat ihmiset viihtyvät työpaikoilla, joissa heitä arvostetaan. (Hietikko 2015, 15 - 16.)

Tuotteistamisen tarkoituksena on kehittää ja tuoda markkinoille uusi tuote tai palvelu. Tuotteistamisella pyritään luomaan mahdollisimman kilpailukykyinen tuote. Kun tuote suunnitellaan hyvin ennakolta, uuden tuotteen markkinoille tuomisessa epäonnistumisen riski pienenee. Tuotteistamisessa tavoitellaan aina mahdollisimman kilpailukykyistä tuotetta. (Kajaanin ammattikorkeakoulu 2019, viitattu 3.5.2019.)

4.2 Tuotekehitysprosessi

Tuotekehitys voi parhaimmassa tapauksessa olla jatkuva, kokonaisvaltainen prosessi, jossa kehitystyö voi lähteä liikkeelle mistä tahansa tuotekehityksen vaiheesta. Tähän prosessiin liittyy myös kannattamattomien tuotteiden lopettaminen sekä koko toiminnan ja tuotteiden jatkuva arviointi. (Viljanen 2016, 86.)

Nykykäsityksen mukaan voidaan ajatella tuotekehitysprosessia osana suurempaa kokonaisuutta, sillä siihen liittyy useita eri osia muusta yrityksen toiminnasta. Parempi termi tuotekehitysprosessille voisi olla esimerkiksi innovaatioprosessi tai innovaatiotoiminta. Innovaatiotoimintaa on hankala kuvata kaavion avulla, sillä se on osa yrityksen jokapäiväisiä toimintoja. Tuotekehitysprosesseja taas on mahdollista kuvata useiden erilaisten prosessikaavioiden avulla. Karkeasti jaoteltuna prosessi-kaaviot on mahdollista jakaa peräkkäismalliin eli niin kutsuttuun vesiputousmalliin sekä spiraalimalliin. Peräkkäismallissa uusi prosessin vaihe ei voi alkaa ennen kuin edellinen vaihe on lopetettu. Spiraalimallissa taas vaiheet on sijoitettu spiraalimaisesti ja ne tarkentuvat, kunnes lopullinen ratkaisu saavutetaan. (Hietikko 2015,45.)

Tuotekehityksen suuntaa määrittelee ensisijaisesti asiakaspalaute eli asiakkailta saatu tieto. Hyvä esimerkki tästä on Kuoreesta gourmeeta -hankkeessa kalamestari Janne Holopaisen kehittäämä kuorelasagne. Maistimme kuorelasagnea ensimmäisen kerran toukokuussa Kemissä, lounasravintola Pikku Mestarissa. Kerätystä asiakaspalautteesta nousi esiin selkeästi se, että kalaa oli lasagnessa liikaa. Usean vastaajan mielestä se peitti alleen lasagnen muun maun. Janne Holopainen jatkoi reseptin kehittelyä ja vähensi 20 prosenttia kalan määrää korvaten vähennetyn kalan porkkanaraasteella. Tätä uutta tuotekehityksen tulosta maistimme syyskuussa Lähipuoka- ja hankintatreffeillä Oulun ammattikorkeakoulussa ja palaute oli kiitettävää. Tuotekehityksessä kannattaa panostaa asiakkaiden mielipiteisiin ja kuunnella heidän toiveitaan.

5 AINEISTO JA MENETELMÄT

Maistatustilaisuuksista kerätty aineisto edusti tutkimusmenetelmiltään sekä kvalitatiivista että kvantitatiivista tutkimusta. Osaan kysymyksistä oli hyvin rajattu vastausmahdollisuus ja osaan oli mahdollisuus vastata laajalti maistajan omasta näkökulmasta käsin. Palautelomakkeilla kerättiin sekä määrällistä että laadullista informaatiota.

Kuoretuotteiden maistatustilaisuuksia oli kahdeksan, mutta palautelomakkeita kerättiin seitsemästä tilaisuudesta. Jokaista tilaisuutta varten laadittiin tilaisuuden kohderyhmälle soveltuva palautelomake. Yhdessä tilaisuudessa käytettiin aineiston keruuseen sekä suomen- että englanninkielisiä palautelomakkeita. Palautelomakkeiden sisältö ja tyyli suunniteltiin yhteistyössä Kuoreesta gourmeeta -hankkeen projektiryhmän kanssa. Aineisto kerättiin tilaisuudessa suoraan vastaajilta paperilomakkeella.

Palautelomakkeet käytiin läpi tapahtumakohtaisesti. Jokaista tilaisuutta varten luotiin Excel-taulukoon oma välilehti, jonne palautteet tallennettiin kysymyskohtaisesti. Vaikka tallennusta ei tehty vastaajakohtaisesti, aineistosta pystyttiin laskemaan tarvittavilta osin luotettavasti esimerkiksi painotettu keskiarvo, moodi ja mediaani. Jokainen vapaamuotoisen kysymyksen vastaus kirjoitettiin ja tallennettiin juuri siinä kirjoitusasussa ja muodossa kuin se oli palautelomakkeelle kirjoitettu. Aineiston analysointi tehtiin taulukoiden ja laskettujen tunnuslukujen avulla.

6 MAISTATUSTILAISUUKSIEN TULOKSET

Maistatustilaisuuksia oli yhteensä kahdeksan, joista seitsemästä kerättiin palautelomakkeet. Kaikista tilaisuuksista saatiin yhteensä 347 palautelomaketta. Kuoretäyssäilykkeistä saatiin yhteensä 153 palautelomaketta, kuorelasagnemaistatuksesta yhteensä 79 palautelomaketta ja friteeratun kuoreen maistatuksesta 115 palautelomaketta. Maistatuksista tehdyn tutkimuksen virhemarginaali on 4. Virhemarginaalin laskennassa ajateltiin koko populaation olevan Pohjois-Pohjanmaan väkiluku 395 922 (Valtioneuvosto, viitattu 2.4.2020), otantana on palautelomakkeiden määrä 347 ja tutkimustuloksen luotettavuusprosentiksi määriteltiin 90 %.

Kuoretta oli aiemmin maistanut 90 henkilöä vastanneista, 228 henkilöä maistoi kuoretta ensimmäistä kertaa. Ainoastaan kalastusvakuutuspäivillä kuoretta maistaneiden määrä oli suurempi kuin kuoretta maistamattomien henkilöiden määrä. Kaikissa muissa tilaisuuksissa suurin osa vastanneista maistoi kuoretta ensimmäistä kertaa.

6.1 Maistatustilaisuuksien aikataulu

Kuoretuotteiden maistatustilaisuudet toteutettiin pääsääntöisesti kesän 2019 aikana. Viimeisin maistatustilaisuus oli Maistuva Raahe -tapahtumassa marraskuussa. Tilaisuutta ei listattu alla olevaan taulukkoon, sillä tilaisuudesta ei kerätty palautelomakkeita. Maistatettavana tuotteena Maistuva Raahe -tilaisuudessa olivat kuoretäyssäilykkeet. (Taulukko 1).

TAULUKKO 1. Maistatustilaisuudet

<i>Paikka</i>	<i>Aika</i>	<i>Maistatetut kuoretuotteet</i>	<i>Vastaajien lkm</i>
Oulun ammattikorkeakoulu	24.04.2019	Kuoretäyssäilykkeet	46
Kemi/ Lounasravintola Pikku Mestari	09.05.2019	Kuorelasagne	
Pulkkilan K-market	28.06.2019	Kuoretäyssäilykkeet	61
International Agriculture Innovation-konferenssi/ Piippola	09.08.2019	Kuoretäyssäilykkeet	27
Kalastusvakuutus- päivät/ Nallikari, Eden, Oulu	05.09.2019	Kuoretäyssäilykkeet	19
Lähiuoka- ja hankintatreffit/ Oulun ammattikorkeakoulu	20.09.2019	Kuorelasagne	36
Likis-lähiuoka tapahtuma	21- 22.09.2019	Friteerattu kuore	115

6.2 Oulun ammattikorkeakoulu 24.4.2019

Ensimmäinen maistatustilaisuus järjestettiin Oulun ammattikorkeakoulussa, palautelomake on liitteessä 1. Maistatettavana oli kolme erilaista kuoretäyssäilykettä:

- Perämeren kuoretta japanilaisittain
- Perämeren kuoretta bolognesekastikkeessa
- Perämeren savukuoretta öljyssä.

Kuoretäyssäilykkeet tarjottiin tässä maistatuksessa erillisiltä lautasilta, joilta maistajat saivat itse ottaa maistiaisen omalle lautaselleen. Säilykkeen kumoaminen lautaselle edisti hieman tuotteen hajoamista ja sitä kautta myös tuotteen ulkonäkö ja varsinkin kalojen rakenne kärsi. Tämä vaikutti tuotteiden arviointiin negatiivisesti. Lisäksi arviointiin saattoi vaikuttaa se, missä kohtaa maistatushetkeä kukin maistaja otti tuotteita lautaselleen. Loppua kohti tuotteen rakenne muuttui koko ajan heikommaksi.

Maistatuksesta saatiin 46 palautelomaketta (LIITE 1), 25 maistukseen osallistuneista maistoi kuoretta ensimmäistä kertaa ja kuusi henkilöä oli maistanut kuoretta jo aiemmin. Palautelomakkeessa ei kartoitettu sukupuolta eikä ikäjakaumaa. Ylivoimaisesti suosituin oli Perämeren kuoretta japanilaisittain, 28 vastanneista eli 62 prosenttia sijoitti sen ykköseksi. Kaksi muuta kuoretäyssäilykettä sijoittuivat molemmat melko tasaisesti toiselle sijalle. (Taulukko 2.)

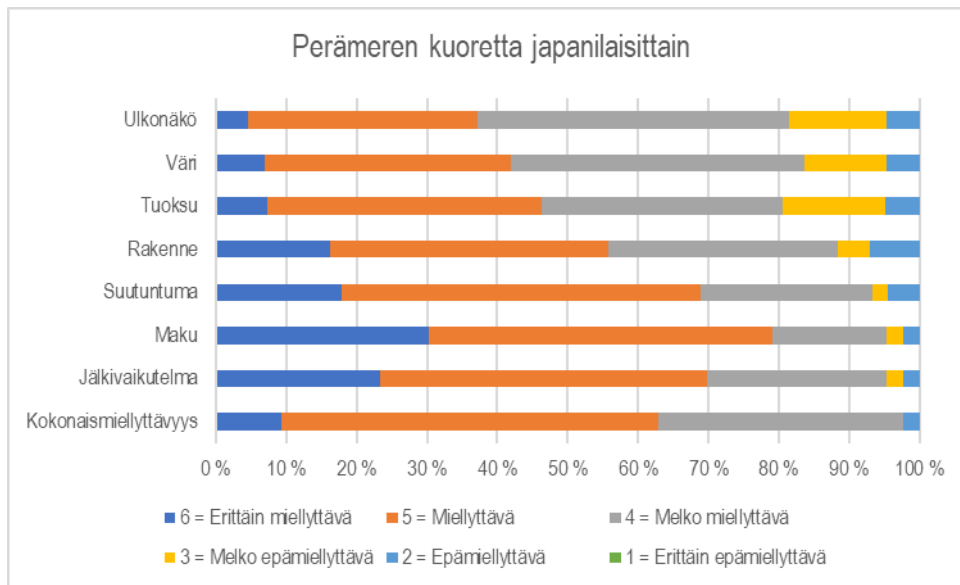
TAULUKKO 2. Kuoretäyssäilykkeet paremmuusjärjestyksessä

Kuoretuote	1. sija	2. sija	3. sija
Perämeren kuoretta japanilaisittain	62 %	20 %	18 %
Perämeren kuoretta bolognesekastikkeessa	20 %	31 %	49 %
Perämeren savukuoretta öljyssä	18 %	49 %	33 %

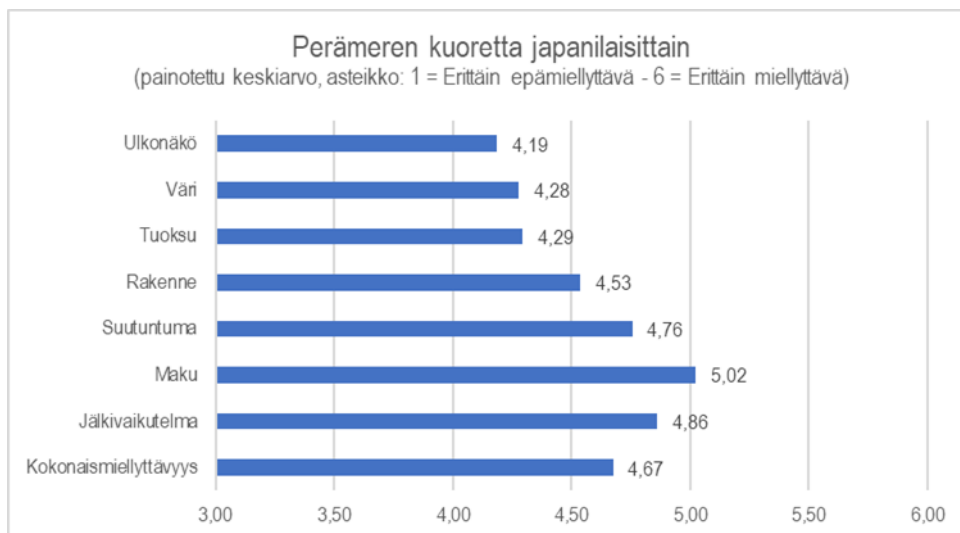
Kuoretuote	1. sija	2. sija	3. sija
Perämeren kuoretta japanilaisittain	28	9	8
Perämeren kuoretta bolognesekastikkeessa	9	14	22
Perämeren savukuoretta öljyssä	8	22	15

Perämeren kuoretta japanilaisittain -säilykkeen ulkonäkö, hillitty maku sekä miellyttävä suutuntuma olivat erityisesti maistajien mieleen. Tuote soveltuisi maistajien mielestä loistavasti pitsoihin ja salaatteihin. Tuotteessa sekoittui hyvin suolainen ja makea maku. Tuote koettiin osassa palautteista melko kuivaksi ja se vaikutti osaltaan tuotteen saamaan kokonaisarvioon. Osa vastaajista piti tuotetta myös hieman suolaisena, kun taas osa olisi kaivannut tuotteeseen suolaa lisää. Tuote koettiin maultaan huomattavasti paremmaksi kuin mitä ulkonäkö antoi ymmärtää. (Liite 2.) Perämeren kuoretta japanilaisittain oli tämän maistatustilaisuuden osalta kokonaismiellyttävyydeltään paras kolmesta maistatetusta kuoretäyssäilykkeestä. Palautelomakkeiden vastauksista suurin osa painottui melko miellyttävän ja miellyttävän välille. Maustaan tuote sai eniten erittäin miellyttävä -palautteita.

Rakenne sai eniten epämiellyttävää palautetta, erittäin epämiellyttävää palautetta ei ollut lainkaan. (Kuvio 7.)

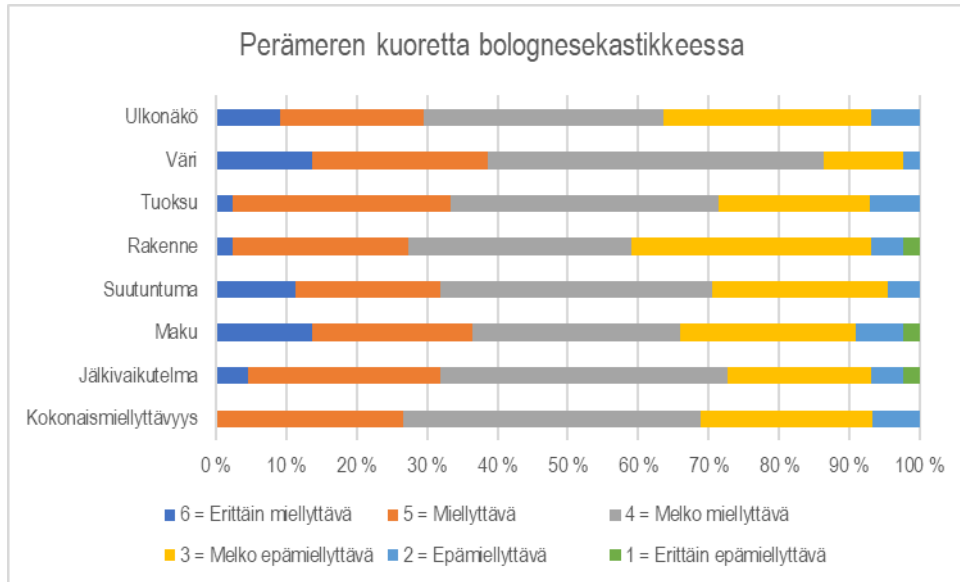


KUVIO 7. Palautekoonti: Perämeren kuoretta japanilaisittain



KUVIO 8. Painotettu keskiarvo Perämeren kuoretta japanilaisittain

Perämeren kuoretta japanilaisittain sai painotetussa keskiarvon laskennassa (kuvio 8) parhaat pisteet maustaan 5,02, jälkivaikutelmasta tuote sai toiseksi parhaimmat pisteet 4,86. Huonoin painotettu keskiarvo tuli tuotteelle ulkonäöstä 4,19. Pisteasteikkona käytettiin pisteasteikkoa 1 = Erittäin epämiellyttävä – 6 = Erittäin miellyttävä.



KUVIO 9. Palautekoonti Perämeren kuoretta bolognesekastikkeessa

Perämeren kuoretta bolognesekastikkeessa- kuoretäyssäilyke tuoksui miellyttävälle ja oli kaunis väritään. Väristään tuote sai selkeästi muita tuotteita enemmän pisteitä. Rakenne oli selkeästi eniten hajoava tällä tuotteella. Maku oli pirteä, mausteet olivat kohdillaan ja savunmaku jälkikäteen viehätti maistajia. Suutuntuma oli miellyttävä ja tuote oli hyvin kypsytynyt. Tuote koettiin osassa palautteista erinomaiseksi kokonaisuudeksi. Punainen kastike antoi osalle vastaajista hieman suttuisen vaikutelman ulkonäöstä ja suolaa oli osan mielestä hieman liikaa. Kalat olivat rakenteeltaan rikkonaisia ja kastiketta oli joidenkin maistajien mielestä paljon, ja se peitti osin kalan makua. Vastaajien mielipiteet tomaatista kalan kastikkeena jakautuivat. Kokonaismiellyttävyydeltään Perämeren kuoretta bolognesekastikkeessa jäi kolmanneksi tässä maistatustilaisuudessa. (Kuvio 9.)

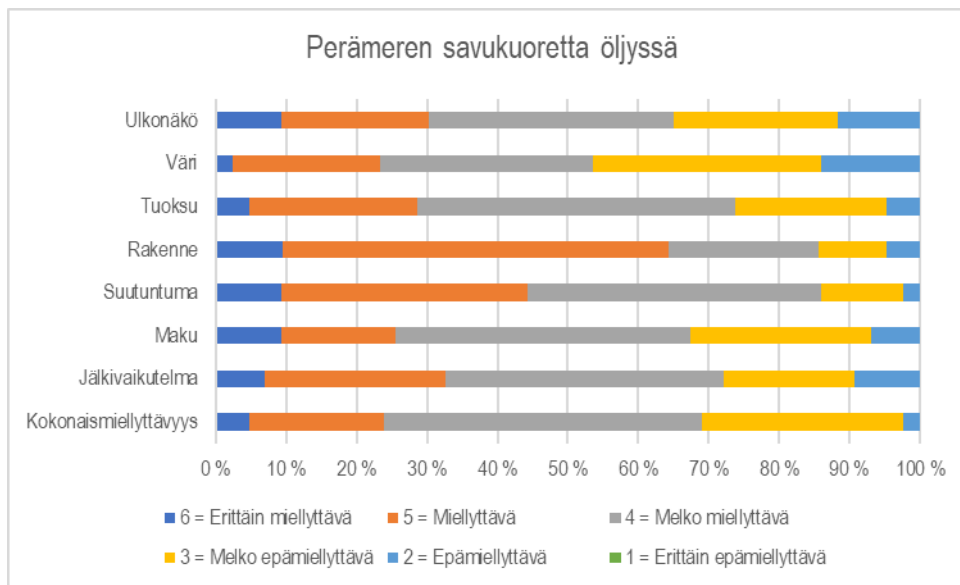
Perämeren kuoretta bolognesekastikkeessa sai rakenteesta huonoimmat arvostelut. Kalan rakenne oli mössöytynyt ja selkeästi vetelämpi kuin muissa maistettavina olleissa tuotteissa. Osa vastaajista myös toisaalta piti tuotteen hajoavasta rakenteesta, jolloin tuote soveltuisi hyvin käytettäväksi salaateissa ja pitsoissa. (Liite 3.)

Perämeren kuoretta bolognesekastikkeessa sai painotetussa keskiarvon laskennassa parhaat pisteet väristään 4,36, suutuntumasta tuote sai toiseksi parhaimmat pisteet 4,09. Huonoin painotettu keskiarvo tuli tuotteelle rakenteesta 3,80. (Kuvio 10.)



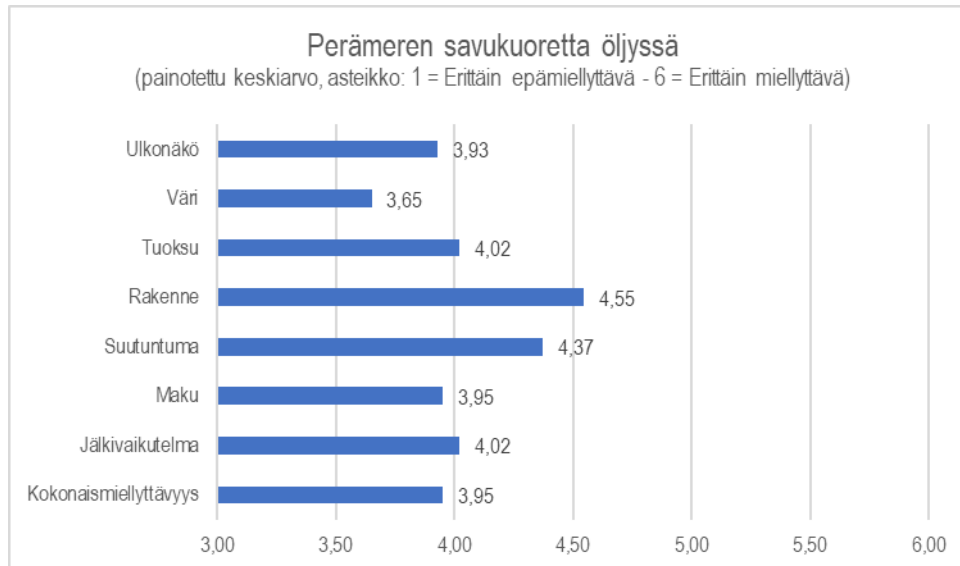
KUVIO 10. Painotettu keskiarvo Perämeren kuoretta bolognesekastikkeessa

Perämeren savukuoretta keuhuttiin palautelomakkeissa erityisesti kauniista ulkonäöstä ja rakenteesta (Liite 4.) Tuote oli pysynyt hyvin koossa purkissa ja oli silti suutuntumaltaan pehmeä. Kala säilytti kolmesta maistatetusta tuotteesta rakenteensa parhaiten myös lautasella. Savuaromi sai myös kehuja ja tuote miellytti melko tasaisesti maistajakokoonpanoa. Useissa sanallisissa palautteissa tuli esiin tuotteen liika suolaisuus, joka vaikutti loppuarvioon ja kokonaismiellyttävyyteen. Väri vaikutti myös tuotteesta saatuun kokonaisvaikutelmaan ja tuote saikin väristä heikoimman arvion kolmesta maistatetusta tuotteesta. Väriä kuvailtiin vaisuksi, hailakaksi ja selkeästi heikommaksi kuin muissa maistatetuissa kuoretäyssäilykkeissä. Osa maistajista piti tästä tuotteesta, koska se oli kuoretta puhtaimmillaan ilman liikaa mausteisuutta. (Kuvio 11.)



KUVIO 11. Palautekoonti Perämeren savukuoretta öljyssä

Perämeren savukuoretta öljyssä sai painotetussa keskiarvon laskennassa parhaat pisteet rakenteestaan 4,55, suutuntumasta tuote sai toiseksi parhaimmat pisteet 4,37. Huonoin painotettu keskiarvo tuli tuotteelle väristä 3,65. (Kuvio 12.)

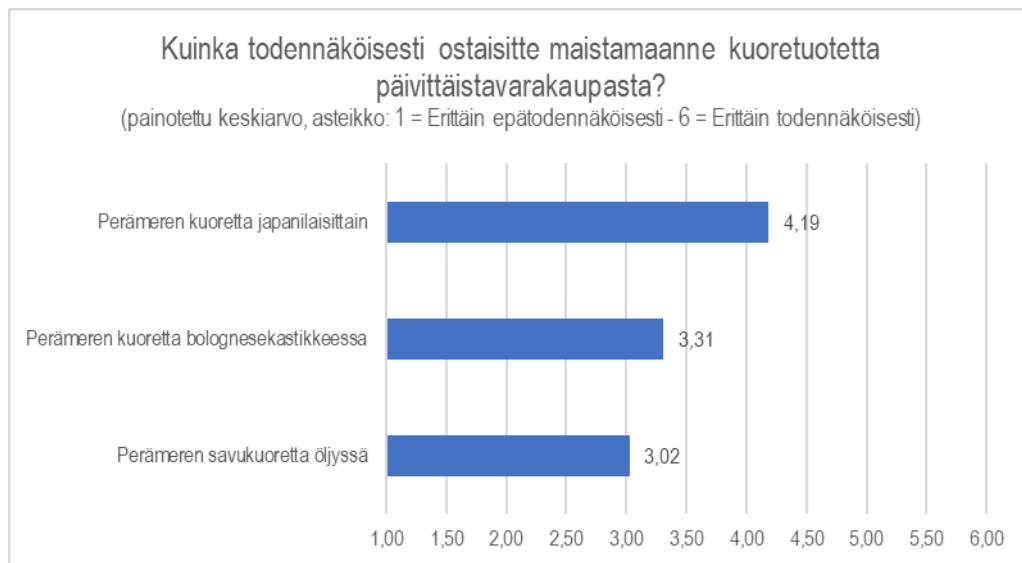


KUVIO 12. Painotettu keskiarvo Perämeren savukuoretta öljyssä

Yhdeksän prosenttia vastaajista koki Perämeren kuoretta japanilaisittain erittäin miellyttäväksi, 53 prosenttia koki sen miellyttäväksi, 35 prosenttia melko miellyttäväksi ja kaksi pro-

senttia epämiellyttäväksi. Melko epämiellyttäväksi tai erittäin epämiellyttäväksi tuotetta ei koettu. Seitsemän prosenttia vastaajista koki Perämeren kuoretta bolognesekastikkeessa erittäin miellyttäväksi, 27 prosenttia koki sen miellyttäväksi, 42 prosenttia melko miellyttäväksi, 24 prosenttia melko epämiellyttäväksi ja kaksi prosenttia epämiellyttäväksi. Erittäin epämiellyttäväksi tuotetta ei koettu. Viisi prosenttia vastaajista koki Perämeren savukuoretta öljyssä erittäin miellyttäväksi, 19 prosenttia koki sen miellyttäväksi, 45 prosenttia melko miellyttäväksi, 29 prosenttia melko epämiellyttäväksi ja kaksi prosenttia epämiellyttäväksi. Erittäin epämiellyttäväksi tuotetta ei koettu.

Palautelomakkeessa kartoitettiin maistajien halukkuutta ostaa vastaavia kuoretäyssäilykkeitä vähittäiskaupasta, mikäli niitä tulisi myyntiin. Selkeästi Perämeren kuoretta japanilaisittain keräsi suurimman pistemäärään painotetulla keskiarvolla ja miellytti eniten maistajakokoonpanoa 4,19. Toiseksi eniten vähittäiskaupassa myisi tämän kerätyn palautteen perusteella Perämeren kuoretta bolognesekastikkeessa 3,31 ja kolmanneksi eniten Perämeren savukuoretta öljyssä 3,02. (Kuvio 13.)



KUVIO 13. Maistajien halukkuus ostaa kuoretäyssäilykkeitä vähittäiskaupasta

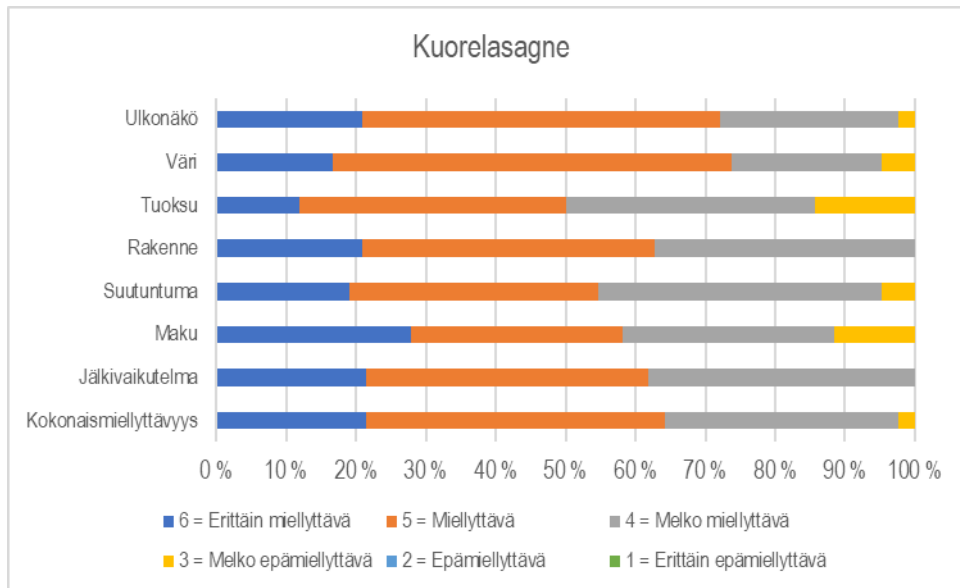
6.3 Lounasravintola Pikku Mestari Kemi 9.5.2019

Kemissä maistatimme kuorelasagnea lounasravintola Pikku Mestarissa (kuvio 14). Lounasruokailuun noutopöydästä osallistui yhteensä 55 henkilöä, joista 43 maistoi kuorelasagnea ja täytti palautelomakkeen (liite 5).



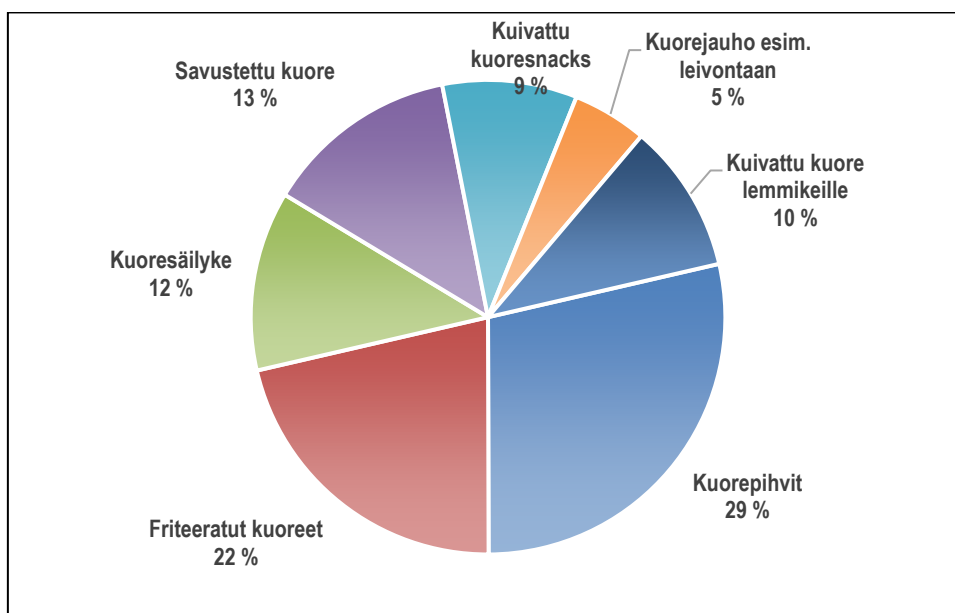
KUVIO 14. Kuorelasagnea tarjolla lämpöhauteessa (Kuva: Ida Hiltunen)

Kuorelasagne sai Kemissä erinomaisen vastaanoton. Alla olevassa kuvassa on yhteenveto palautelomakkeen vastauksista (kuvio 15). Sen maku oli maistelijoiden mielestä herkullinen ja monet yllättyivät tuotteesta positiivisesti. Kehitystyö koettiin erittäin onnistuneeksi, tuote oli osan vastaajien mielestä jopa parempaa kuin jauhelihalasagne tai tonnikalalasagne. Maku ei ollut liian voimakas ja lasagne maistuu varmasti myös sellaisille, jotka eivät kalasta muuten erityisemmin välitä. Ulkonäöltään lasagne kuvailtiin kauniiksi ja se houkutteli maistamaan, toki kalan tuoksu oli joillekin maistajille liian voimakas. Kuore nimenä koettiin hieman vieraaksi ja ei kovin imartelevaksi. Osa ehdotti kuorelasagnen sijaan käyttämään kalalasagnenimitystä. Avoimen kysymyksen vastaukset löytyvät liitteistä (liite 6).



KUVIO 15. Palautekoonti kuorelasagne

Palautelomakkeessa kartoitettiin myös mahdollisia muita tuotteita, joita vastaajat haluaisivat kuoreesta valmistettavan. Vastaajista 29 prosenttia toivoi kuorepihvejä, 22 prosenttia taas halusi friteerattuja kuoreita tuotekehitykseen. Lisäksi toivottiin kuoretäyssäilykkeitä, kuivattuja kuoreita lemmikeille, savustettuja kuoreita, kuoresnackseja ja leivontaan käytettävää kuorejauhoa. Palautteissa oli yksi sanallinen kommentti, jossa toivottiin härkäpapuruheen tapaista murua, jota voisi käyttää jauhelihan korvikkeena. (Kuvio 16.)



KUVIO 16. Tuotekehitysideoita kuoreesta palautelomakkeen vastaajilta

Palautelomakkeessa kysyttiin vastaajien halukkuutta ostaa kuorelasagnea pakasteena tai eineksenä päivittäistavarakaupasta. Vastauksista suurin osa sijoittui asteikon keskitasoon eli joko epätodennäköisesti tai melko todennäköisesti he ostaisivat lasagnea päivittäistavarakaupasta. Vastausten painotettu keskiarvo on 3,63 asteikolla 1 = Erittäin epätodennäköisesti – 6 = Erittäin todennäköisesti. Kysymyksessä ei kartoitettu hinnan vaikutusta ostopäätökseen.

Palautelomakkeessa oli avoin kysymys, jossa vastaajalla oli mahdollisuus jättää palautetta kyselyn tekijälle omin sanoin. Palaute oli positiivista ja vastaajien mielestä oli hienoa, että lähikalan käyttöä edistetään ja siitä luodaan uusia tuotteita. Kuore koettiin erinomaisena raaka-aineena esimerkiksi erilaisiin kalapihveihin, murekkeeseen ja maistatettuun kuorelasagneen. Osa vastaajista toivoi kuorelasagnea mukaan lounaslistalle. Myös lemmikkiruokateollisuudessa koettiin kuoretuotteilla olevan potentiaalia. Osa vastaajista toivoi tuotetta markkinoitavan kalalasagnena kuorelasagnen sijaan. Kuore sanana herätti ehkä hieman epäilyä. Yksi vastaajista aisti voimakkaasti kalanmaksaöljyn maun tuotteessa. Osan mielestä kala maistui ehkä aavistuksen liian voimakkaana.

Vastaajista 70 prosenttia ei ollut maistanut kuoretta aikaisemmin, 23 prosenttia oli maistanut kuoretta aikaisemmin ja seitsemän prosenttia vastaajista jätti tämän kohdan vastaamatta. Vastaajista oli naisia 60 prosenttia ja miehiä 33 prosenttia. Iältään vastaajat jakautuivat niin, että 58 prosenttia vastaajista oli yli 50-vuotiaita, 18 prosenttia oli 40–49-vuotiaita, 12 prosenttia 30–39-vuotiaita ja viisi prosenttia 18–29-vuotiaita. Seitsemän prosenttia vastanneista jätti sukupuoli- ja ikäkysymykseen vastaamatta.

6.4 K-market Pulkkila Siikalatva 28.6.2019

Kolmas maistatustapahtuma oli kesäkuun lopulla K-Market Pulkkilassa (kuvio 17). Siellä oli myös maistatettavana kolmea kuoresäilykettä:

- Perämeren kuoretta japanilaisittain
- Perämeren kuoretta bolognesekastikkeessa
- Perämeren savukuoretta öljyssä.



KUVIO 17. Maistatuspöytä Pulkkilan K-marketissa (Kuva: Ida Hiltunen)

Maistatuksesta saatiin 61 palautelomaketta (liite 7). Maistatuksen osallistujista 54 maistoi kuoretta ensimmäistä kertaa ja 7 henkilöä oli maistanut kuoretta jo aiemmin. Palautelomakkeeseen vastanneista 34 oli naista ja 26 miestä, ikäjakaumaltaan suurin vastaajaryhmä olivat yli 38-vuotiaat. Suosituin oli Perämeren kuore japanilaisittain, 21 vastanneista sijoitti sen ykköseksi. Kaksi muuta kuoresäilykettä sijoitettiin tasaväkisesti toiselle sijalle.

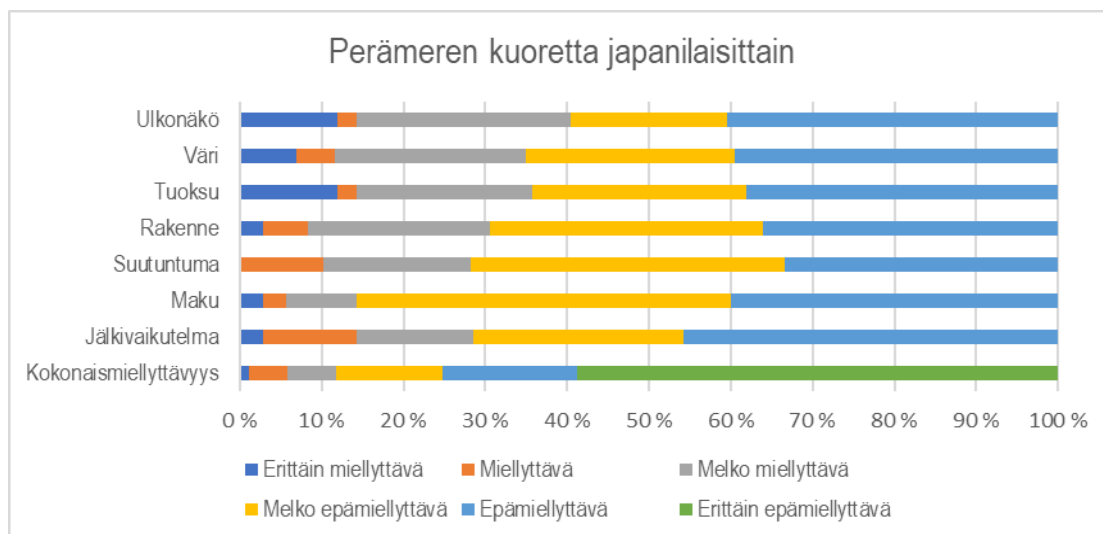
Vastaajat saivat asettaa kuoretäyssäilykkeet paremmuusjärjestykseen. Vastanneista 21 henkilöä eli 36 prosenttia arvottivat ensimmäiseksi Perämeren kuoretta japanilaisittain. Toiseksi parhaana tuotteena pidettiin Perämeren savukuoretta öljyssä, 34 prosenttia vastaajista oli tätä mieltä. Kolmanneksi jäi Perämeren kuoretta bolognesekastikkeessa, 32 prosenttia vastaajista arvotti tämän tuotteen ensimmäiseksi. Maistatus oli palautteiltaan hyvin tasainen, jokaisella tuotteella oli omat kannattajansa. (Taulukko 3.)

TAULUKKO 3. Kuoretäyssäilykkeet vastaajien asettamassa paremmuusjärjestyksessä

Kuoretuote	1. sija	2. sija	3. sija
Perämeren kuoretta japanilaisittain	21	15	22
Perämeren kuoretta bolognesekastikkeessa	18	21	18
Perämeren savukuoretta öljyssä	20	21	17

Kuoretuote	1. sija	2. sija	3. sija
Perämeren kuoretta japanilaisittain	36 %	26 %	38 %
Perämeren kuoretta bolognesekastikkeessa	32 %	37 %	32 %
Perämeren savukuoretta öljyssä	34 %	36 %	29 %

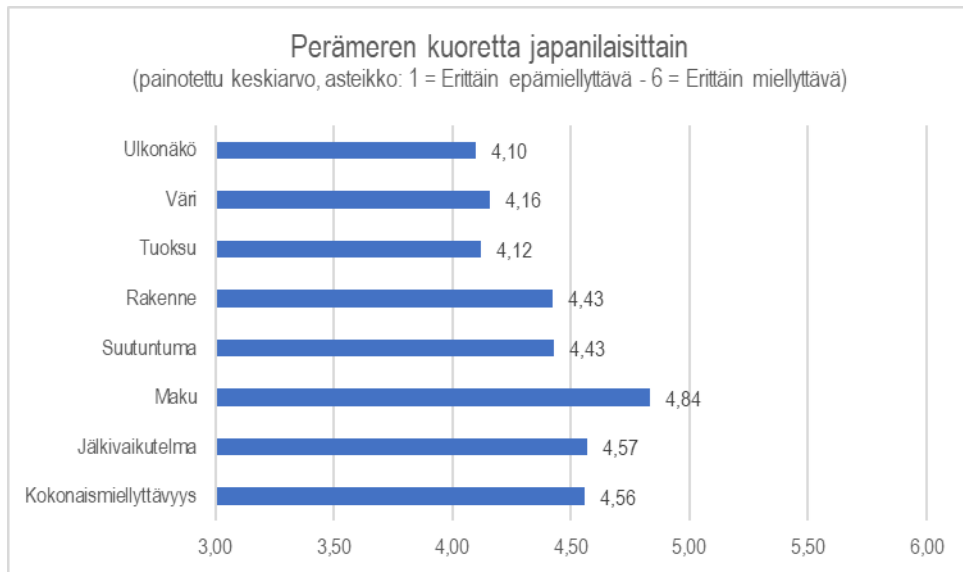
Perämeren kuoretta japanilaisittain jakoi hieman mielipiteitä. (Liite 8.) Osa maistajista piti sen mielestään mausta, osan mielestä tuote ei maistunut miltään. Kaksi vastaajaa koki hyvin voimakkaasti tuotteen maistuvan polttoaineelle. Tuote pysyi koko maistatuksen ajan erittäin hyvin koossa ja näytti koko ajan miellyttävältä. Maistatus toteutettiin tarjoamalla kuoret suoraan säilykepurkeista. Tuote koettiin pääsääntöisesti joko melko miellyttävänä tai miellyttävänä kaikilla osa-alueilla. Eniten erittäin miellyttävä -vastauksia tuote sai maustaan. (Kuvio 18.)



KUVIO 18. Palautekoonti Perämeren kuoretta japanilaisittain

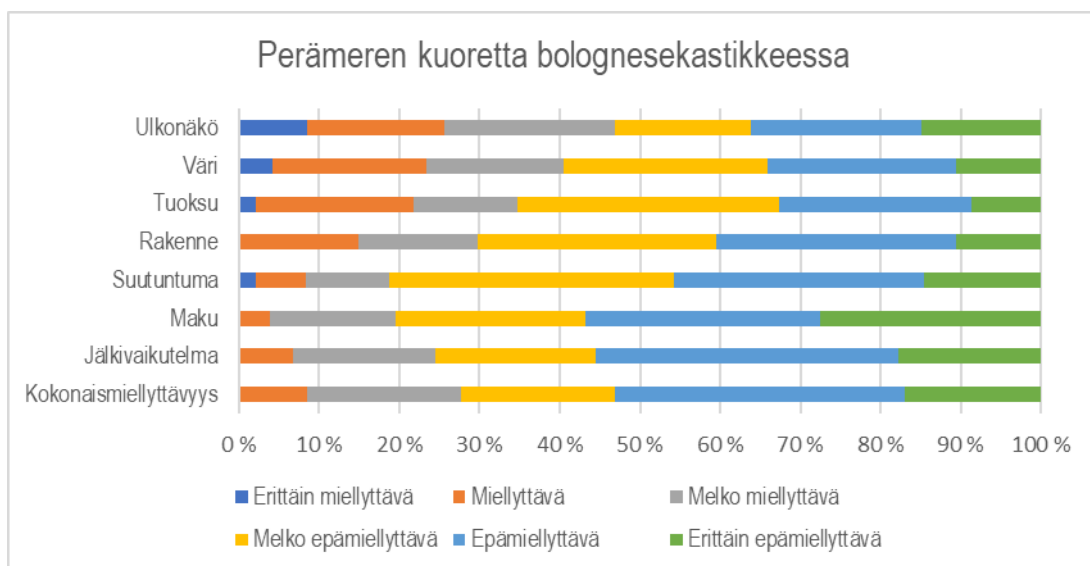
Parhaat pisteet painotetulla keskiarvolla Perämeren kuoretta japanilaisittain sai maustaan 4,84, toiseksi korkeimmat pisteet tulivat jälkivaikutelmasta 4,57 ja kolmanneksi eniten pisteitä tuote sai kokonaismielisyydestä 4,56 pistettä. Vähiten pisteitä tuli ulkonäöstä 4,10 sekä tuoksusta 4,12. (Kuvio 19.) Perämeren kuoreen japanilaisittain koki erittäin miellyttävänä 30 prosenttia vastaajista, 28 prosenttia vastaajista koki sen miellyttävänä, 22 prosenttia piti tuotetta melko miellyttävänä, 10

prosenttia melko epämiellyttävänä, kahdeksan prosenttia epämiellyttävänä ja kaksi prosenttia erittäin epämiellyttävänä.



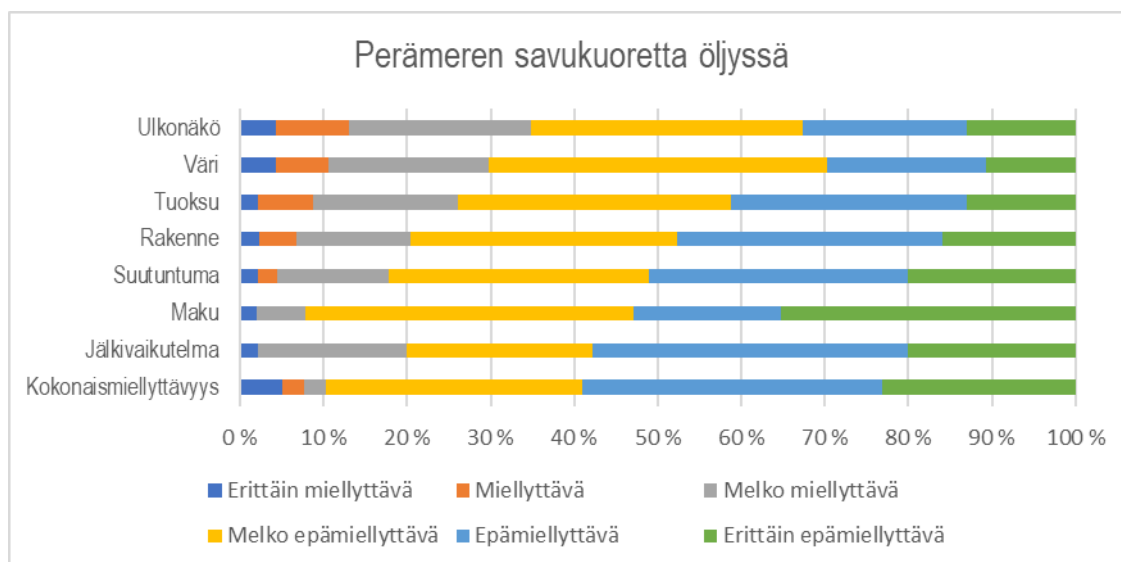
KUVIO 19. Painotettu keskiarvo Perämeren kuoretta japanilaisittain

Perämeren kuoretta bolognesekastikkeessa jakoi myös jonkin verran mielipiteitä (kuvio 20). Osa vastaajista piti tuotteen tomaattisesta mausta ja ulkonäöstä, osa taas ei. Tämä tuote miellettiin osan vastaajien mielestä hieman sardiinia vastaavaksi tuotteeksi. Maultaan tuote oli monen mielestä miellyttävä ja hyvänmakuinen. (Liite 9.)



KUVIO 20. Palautekoonti Perämeren kuoretta bolognesekastikkeessa

Perämeren savukuoretta öljyssä viehätti maultaan maistajia (kuvio 21). Väri koettiin ehkä hieman valjuksi ja tuote ei ollut kaikkien maistajien mielestä ulkonäöltään kovin viehättävä. Avoimen kysymyksen vastaukset löytyvät liitteenä. (Liite 10.)



KUVIO 21. Palautekoonti Perämeren savukuoretta öljyssä

Kuoretäyssäilykkeet maistuivat asiakkaille hyvin ja moni, joka oli ensin epäluuloinen maistamaan, yllättyi positiivisesti. Yritin saada lapsia ja nuoria maistamaan, mutta hyvin vähäisellä menestyksellä. Varmasti kuoreen melko voimakas tuoksu säikähdetti osan maistelijoista. Useampi kuitenkin oli sitä mieltä, että heti ostaisi tuotteita, jos ne olisivat myynnissä. Pakastetut tuotteet kiinnostaisivat myös kyseisen K-kaupan asiakaskuntaa. Kuore oli kalana hyvin vieras ja tuntematon, norssin nimellä se oli hieman tutumpi. Palautelomakkeen täyttäneistä 89 prosenttia ei ollut aiemmin maistanut kuoretta, 11 prosenttia vastanneista oli maistanut aiemmin kuoretta. Kuoretta aiemmin maistelleet olivat maistaneet kuoretta tomaatti - etikkasäilykkeenä, savustettuna, voissa paistettuna ja kapakalana Puolangalla. Yksi vastaajista kommentoi, että hänelle jäi tosi hyvä maku suuhun.

Vastaajista oli naisia 56 prosenttia ja miehiä 42 prosenttia. Iältään vastaajat jakautuivat niin, että 62 prosenttia vastaajista oli yli 38-vuotiaita, 20 prosenttia oli 28–37-vuotiaita, 13 prosenttia 18–27-vuotiaita ja 3 prosenttia alle 18-vuotiaita. Kaksi prosenttia vastanneista jätti sukupuoli- ja ikäkysymykseen vastaamatta.

6.5 International Agriculture Innovation-konferenssi Piippolassa 9.8.2019

International Agriculture Innovation-konferenssissa Piippolassa maistatettiin myös kolmea kuoretäyssäilykettä. Tapahtuma oli erittäin hyvin organisoitu ja kaikki toimijat olivat liikkeellä innokkaalla ja positiivisella asenteella. Näytteilleasettajina oli useita Pohjois-Pohjanmaan alueella toimivia elintarvikealan toimijoita sekä matkailu- ja elämyspalveluita tarjoavia yrityksiä. Erilaiset järjestö- ja hanketoimijat olivat myös aktiivisesti mukana tapahtumassa. (Kuvio 22.) Palautelomakkeet ovat liite 11 suomenkielinen palautelomake ja liite 12 englanninkielinen palautelomake (liite 11 ja liite 12).



KUVIO 22. Maistatukseen osallistuneita Piippolassa (Kuva: Ida Hiltunen)

Palautelomakkeen täytti 27 maistelijaa, joista 18 täytti englanninkielisen lomakkeen ja 9 suomenkielisen lomakkeen. Maistajista suurin osa oli työikäisiä, mutta oli myös muutama lapsi ja nuori. Vierailijoiden palaute oli ylistävää ja suurin osa heistä olisi halunnut ostaa tuotteita mukaan. Kalasäilyke purkissa oli monelle hieman outo tuote, kuoretta oli maistellut aiemmin vajaa puolet vastaajista.

Koonti palautelomakkeista osoittautui hankalaksi, koska osa oli ymmärtänyt vastausasteikon väärin päin ja siksi ei täysin voi taata vastausten oikeellisuutta. Selkeästi kuitenkin havaitsin, että kuore-

täyssäilykkeet miellyttivät vastaajia. Erityisen suosittu oli Perämeren kuoretta bolognesekastikkeessa. Sitä haluttiin ottaa vielä lisää lautaselle ensimmäisen maistatuskerran jälkeen. Yleisestikin tämä maistatustapahtuma vahvisti sitä näkemystä, että erityisesti kuoretäyssäilykkeillä voisi olla markkinapotentiaalia ulkomailla.

Kritiikkiä tuli jonkin verran kalojen rakenteesta ja niiden hajoavaisuudesta. Lisäksi pakkauksiin pyydettiin kiinnittämään huomiota ja suunnittelemaan niistä enemmän ostohalukkuutta herättäviä. Avoimien kysymysten vastaukset löytyvät liitteistä: Perämeren kuoretta japanilaisittain (liite 13), Perämeren kuoretta bolognesekastikkeessa (liite 14) Perämeren savukuoretta öljyssä (liite 15). Palautelomakkeeseen vastanneista 58 prosenttia maistoi kuoretta ensimmäistä kertaa, 15 prosenttia oli maistanut kuoretta aikaisemmin ja 27 prosenttia jätti vastaamatta tähän kysymykseen. (kuvio 24). Vastaajista oli naisia 59 prosenttia ja miehiä 26 prosenttia. Iältään vastaajat jakautuivat niin, että 50 prosenttia vastaajista oli yli 38-vuotiaita, 15 prosenttia oli 28–37-vuotiaita, 16 prosenttia 18–27-vuotiaita ja 0 prosenttia alle 18-vuotiaita. 15 prosenttia vastanneista jätti sukupuolikysymykseen ja 19 prosenttia ikäkysymykseen vastaamatta.

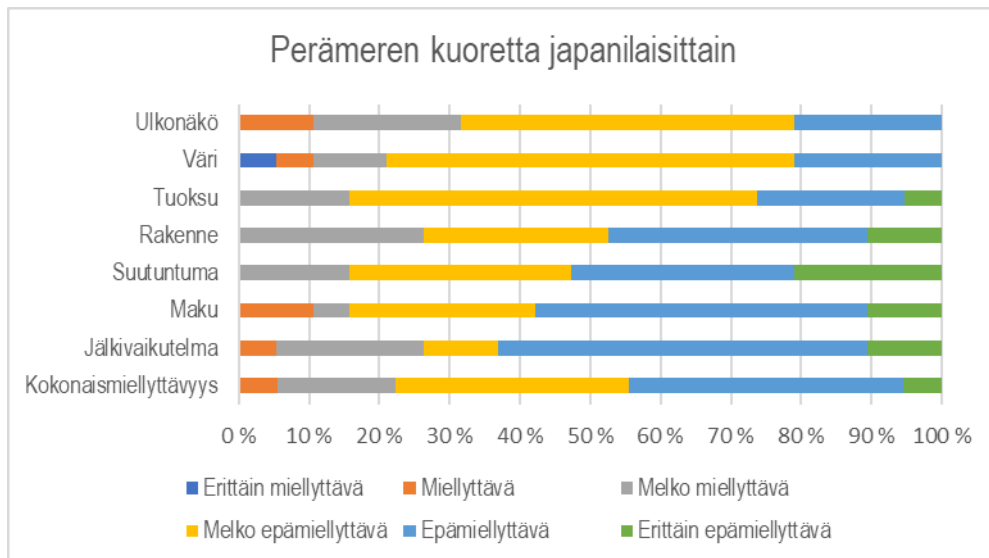
6.6 Kalastusvakuutuspäivät Nallikari Eden Oulu 5.9.2019

Oulussa, Nallikari Edenissä järjestettiin viides maistatustapahtuma (kuvio 23). Palautelomake on liitteenä (liite 16). Siellä maistatettiin myös kuoretäyssäilykkeitä. Tämä oli ainut maistatustapahtuma, jossa kuore oli entuudestaan tuttu kala monelle. Kuoretta oli aiemmin maistanut 79 prosenttia vastaajista, 19 prosenttia maistoi kuoretta ensimmäistä kertaa ja viisi prosenttia ei vastannut kysymykseen.



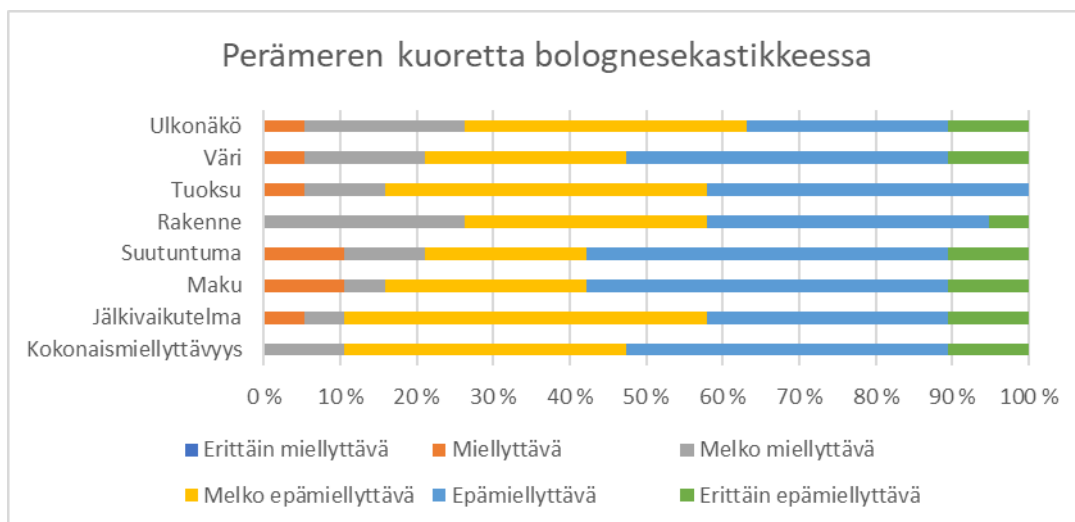
KUVIO 23. Kalastusvakuutuspäivät Nallikari Eden, Oulu. (Kuva: Ida Hiltunen)

Perämeren kuoretta japanilaisittain miellytti vastaajia (kuvio 24). Kokonaista kalaa pidettiin kauniina purkissa, mutta rakenne oli melko hauras ja kala meni helposti rikki. Makua kehuttiin maukkaaksi, väriä toivottiin vahvemmaksi ja tuoksuun enemmän sitruunaa. (Liite 17).



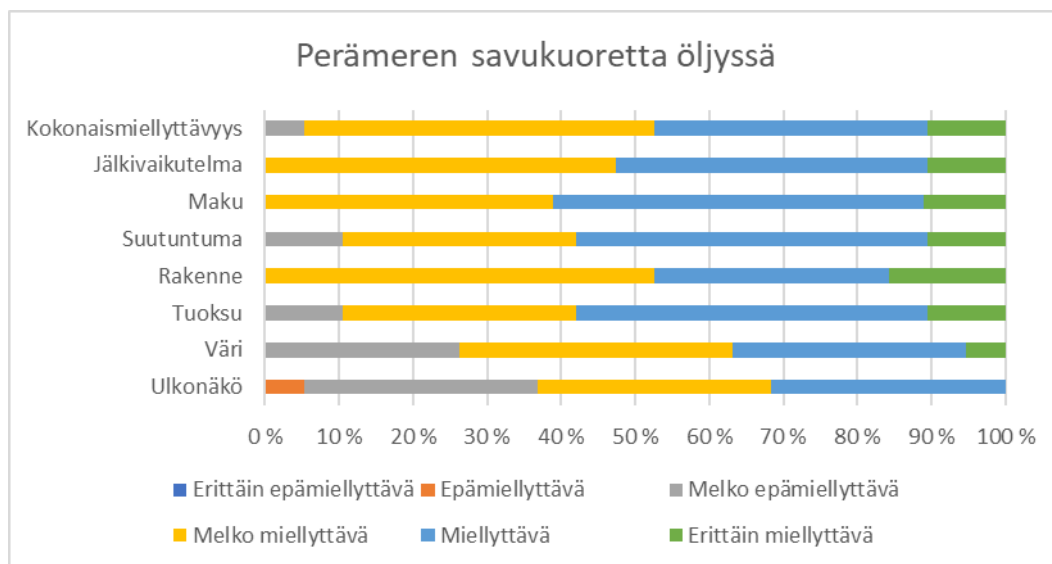
KUVIO 24. Palautekoonti Perämeren kuoretta japanilaisittain

Perämeren kuoretta bolognesekastikkeessa sai kehuja erityisesti väristä. Rakenne oli hieman hajoava ja tuotteesta tuli ehkä hieman suttuinen vaikutelma. Osa koki, että tuotteessa on liikaa mausteita, osan mielestä suola puuttui tuotteesta. Kastiketta oli ehkä hieman liikaa ja kala oli piilossa. (Kuvio 25.) Avoimen kysymyksen vastauksissa oli myös kommentti, että tuote oli mahtava ja ehdoton suosikki (liite 18).



KUVIO 25. Perämeren kuoretta bolognesekastikkeessa

Kalastusvakuutuspäivien ehdoton suosikki oli Perämeren savukuoretta öljyssä (kuvio 26). Kala oli isokokoisempi kuin muut ja säilytti rakenteensa ehkä hieman muita paremmin. Tuote maistui hyvältä ja oli erään maistajan mielestä kymppisuoritus. Suolaisuus jakoi mielipiteitä. Tässäkin rakenne hajosi hieman loppua kohden. (Liite 19.)



KUVIO 26. Palautekoonti Perämeren savukuoretta öljyssä

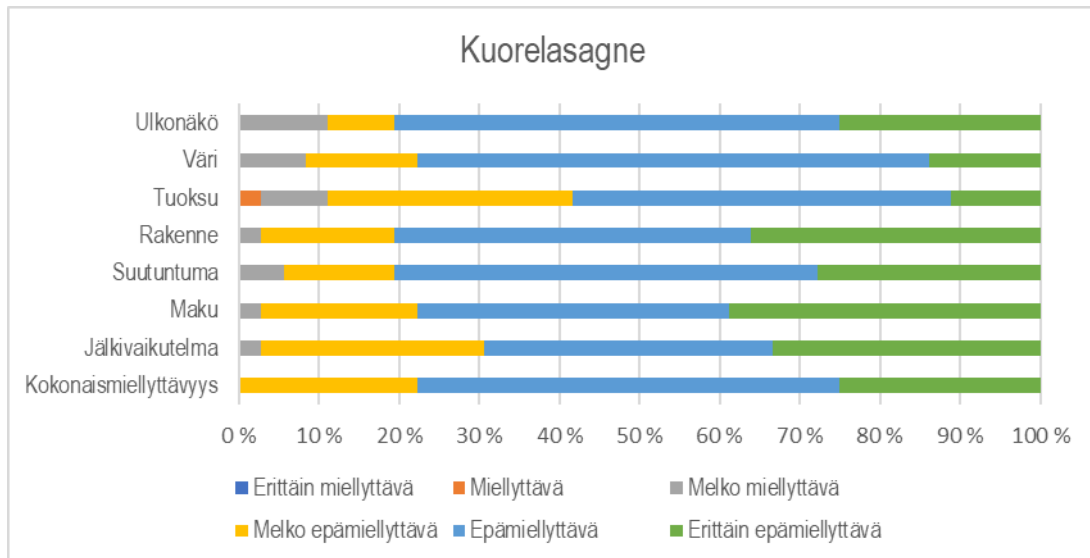
6.7 Lähiruoka- ja hankintatreffit Oulu 20.9.2019

Lähiruoka- ja hankintatreffeillä maistatettiin jälleen kuorelasagnea (kuvio 27). Reseptiin oli tehty pieniä muutoksia edellisen maistatustilaisuuden palautelomakkeiden perusteella, kuoreen määräästä 20 prosenttia oli korvattu porkkanaraasteella. Tämä oli erittäin onnistunut muutos reseptiin, sillä kuorelasagne sai ylistävät arviot tästä maistatuksesta. Maku oli hyvä ja erityisesti tuotteen makeus viehätti. Yksi vastaajista kehui lasagnea yhdeksi parhaimmista koskaan syömistään lasagneista ja ehdottomasti parhaaksi kalalasangneksi. Palautteissa todettiin myös, että tuote on tasapainoinen kokonaisuus, kala maistuu juuri sopivasti ja muutakin makua löytyy. Tuotteesta pidettiin myös siksi, että kuore oli jauhelihamaisessa muodossa. Tuotetta toivottiin myös jatkokehitykseen ja tulevaisuudessa saatavaksi vähittäiskaupoista sekä mahdollisesti myös ammattikeittiöiden käytettäväksi. (Liite 20.)



KUVIO 27. Lähiruoka- ja hankintatreffit Oulun ammattikorkeakoulussa (Kuva: Marja-Liisa Järvelä)

Kuorelasagne sai erittäin hyvät arvosanat maistatuksesta. Rakenteeseen maistajat olivat pääosin tyytyväisiä, osa ehkä piti lasagnea hieman kuivana. Tuoksu ehkä jakoi hieman mielipiteitä, sillä vieläkin tuote tuoksui melko voimakkaasti kalalle, vaikka kalan määrää oli jo vähennetty. Ulkonäöltään lasagne on kaunis ja houkutteleva. (Kuvio 28.)



KUVIO 28. Palautekoonti kuorelasagne

Kuorelasagnea maistaneista 53 prosenttia ei ollut aiemmin maistanut kuoretta, 42 prosenttia oli maistanut kuoretta ja viisi prosenttia jätti tyhjäksi tämän kysymyskohdan. Maistatustilaisuuteen osallistuneista 18 prosenttia edusti suurkeittiötä, 15 prosenttia tukku- tai vähittäiskauppaa ja loput muita taustaorganisaatioita.

6.8 Likis-lähiruokatapahtuma Oulu 21 -22.9.2019

Likis-lähiruokatapahtuma järjestettiin 21. – 22.9.2019 Oulun ammattikorkeakoulun Kotkantien kampuksella (kuvio 29). Friteerattua kuoretta maistatettiin molempina päivinä klo 10.00 – 15.00 välisenä aikana. Lisäksi maistuspisteellämme oli digitaalinen tietopaketti kuoreesta ja mahdollisuus osallistua kuoretäyssäilykkeiden ja repun arvontaan. Lisäksi pisteeltämme oli mahdollisuus ostaa friteerattuja kuoreannoksia hapanimeläkastikkeessa joko syötäväksi paikan päällä tai mukaan otettavaksi.

Palautelomakkeita kerättiin yhteensä kahden päivän ajalta 115 kappaletta. Lauantaina saimme suurimman osan palautteista, sillä sunnuntaina ajankohtaan nähden harvinaisen kylmä sää vähensi melkoisesti kävijämäärää. Maistelijoita oli sunnuntainakin jonkin verran, mutta heistä monikaan ei kyennyt täyttämään palautelomaketta kylmän viiman vuoksi.



KUVIO 29. Likis-lähiaruokatapahtuma, Kuoreesta gourmeeta -maistatuspiste (Kuva: Marja-Liisa Järvelä.)

Palautelomakkeessa kartoitettiin ensin kuoreen tunnettuutta ja maistajan aiempaa kokemusta kuoreesta (liite 22). Vastanneista 68 prosentille kuore oli tuntematon kala ja 71 prosenttia vastanneista ei ollut maistanut kuoretta aikaisemmin. Vastanneista 32 prosenttia tunsi kuoreen entuudestaan ja 29 prosenttia oli maistanut sitä aikaisemmin. Palautelomakkeessa kysyttiin jatkokysymyksenä kyllä-vastaukseen, että missä yhteydessä vastaaja on kuoretta aiemmin maistanut. Vastaajista muutama yhdisti kuoreen lapsuusmuistoihinsa ja äidin ruokapöydän tarjoiluihin. Kuivattuna kapaporssina sekä etikkaliemessä säilöttynä sitä oli myös maisteltu. Osa vastaajista oli osallistunut aiemmin järjestettyihin maistatuksiin, ja niissä maistanut kuoretäyssäilykkeitä ja kuorelasagnea. Vastaajien joukossa oli useita kalastajia ja he olivat jopa kalastaneet kuoretta Paltamon Norssi-markkinoiden yhteydessä ja muutenkin saaneet kuoresaalista muikkusaaliin seassa.

Palautelomakkeessa kartoitettiin vastaajien kuukausittaista kalankäyttöä ja sitä, millaista kalaa he mieluiten käyttävät ruuanlaitossa. Vastaajista suurin osa syö kalaa kuukausittain. Yli puolet vastaajista syö kalaa viisi kertaa tai enemmän kuukaudessa. Kerran viikossa kalaa syöville näyttäisi jopa luonnonkalan (esimerkiksi kuoreen, muikun, särjen, ahvenen, hauen ja siian) osuus käytetystä kalasta olevan hieman suurempi kuin kasvatetun kalan (norjanlohen ja kirjolohen) osuus.

Vastaajista 91 prosenttia oli kiinnostunut lisäämään luonnonkalan käyttöä kotitalouksissaan. Vastaajista kuusi prosenttia ei ollut kiinnostunut luonnonkalankäytön lisäämisestä. Lisäksi tuosta kuudesta prosentista osa on todennäköisesti niitä vastaajia, joiden luonnonkalan käyttö ruuanlaitossa on jo runsasta.

Palautelomakkeen keskeisin kysymys: ”Pidittekö maistamastanne friteeratusta kuoreesta?” sai 95 prosenttia kyllä-vastauksia eli suurin osa maistajista piti tuotteesta. Vain kaksi prosenttia vastaajista ei pitänyt friteeratusta kuoreesta. Muutama ei ollut vastannut kysymykseen lainkaan. Vastaajien suutuntumaan ja makuun saattoi myös hieman vaikuttaa maistatuspalojen valmistamisen ajankohta. Mikäli vastaaja sai juuri rasvakeittimestä tulleen lämpimän maistiaispalan, on tuotteen maku varmasti parempi kuin jos maistiais pala on ehtinyt olla tarjoiluastialla esimerkiksi viisi minuuttia. Erityisesti tuotteen rapeudessa oli eroja verrattuna vasta valmistuneeseen ja hetken jäähtyneen tuotteen välillä.

Friteerattu kuore sai runsaasti positiivista sanallista palautetta. Moni piti makua hienostuneena, pehmeänä, sopivan mietona ja herkullisena. Lapset antoivat loistavaa palautetta, friteerattu kuore oli heidän mielestään ”maailman parasta” ja ”se oli hyvää, mutta tuntui jännältä kielessä”. Suolaisuus jakoi tässäkin maistatuksessa mielipiteitä, osan mielestä suolaa oli liikaa ja osan mielestä liian vähän. Suurin osa oli erittäin tyytyväisiä friteeratun kuoreen makuun eivätkä muuttaisi tuotteessa mitään. Friteeraus sai myös kehuja siitä, ettei se ollut liian rasvainen eikä peittänyt kuoreen omaa makua. Ruisjauholeivitystä ehdotti yksi vastaajista.

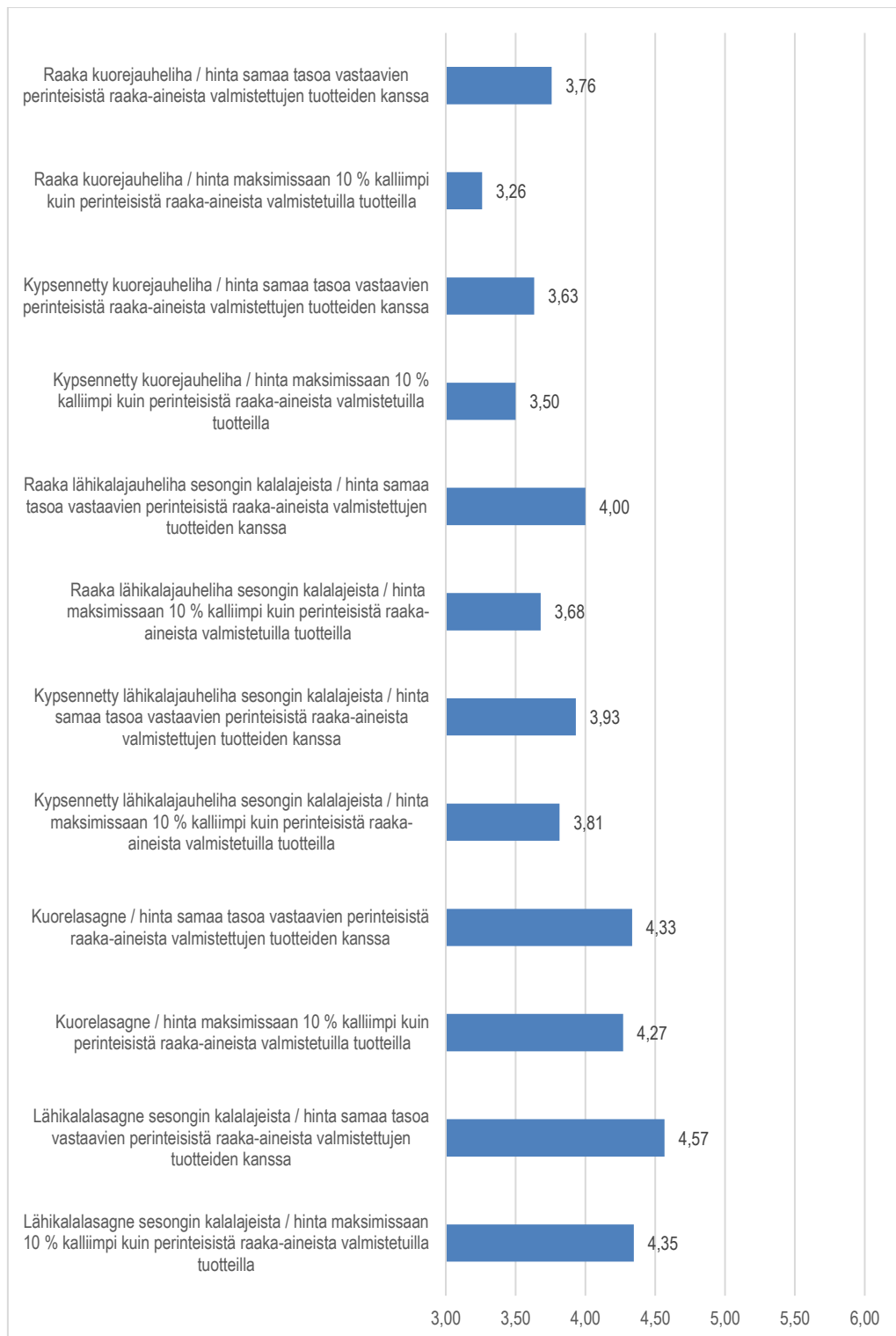
Likis-tapahtumassa palautelomakkeeseen vastanneista oli naisia 67 prosenttia kun miehiä vastavasti oli 28 prosenttia. Osa pariskunnista myös jakoi tehtävän niin, että mies maistoi friteerattua kuoretta ja nainen vastasi palautelomakkeeseen. Kolme pariskuntaa vastasi yhteisellä palautelomakkeella. Reilu puolet eli 53 prosenttia palautelomakkeeseen vastanneista oli iältään yli 50-vuotiaita. Alle 18-vuotiaita oli vastaajissa kolme prosenttia, 18-29-vuotiaita oli 11 prosenttia, 30-39-

vuotiaita oli 16 prosenttia ja 40-49-vuotiaita oli vastaajista 17 prosenttia. Alle 50-vuotiaiden vastaajien määrä jakautui siis melko tasaisesti kaikkien ikäryhmien kesken.

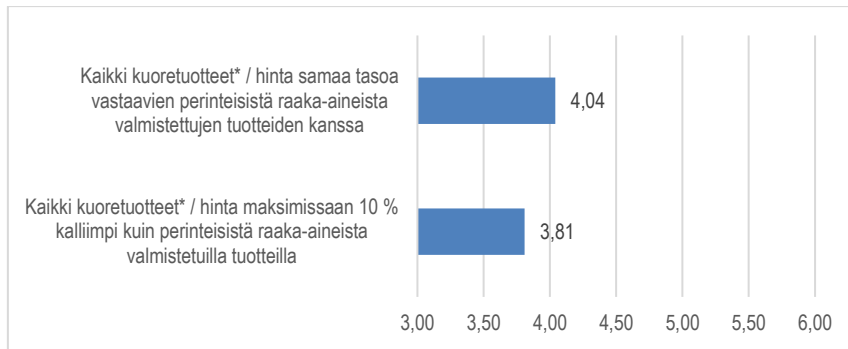
7 MAISTATUSTULOSTEN YHTEENVETO

Kuoretäyssäilykkeiden osalta maistatuksien tulokset vaihtelivat. Eri maistatuksissa pidettiin ja eri kohderyhmät pitivät erilaisista tuotteista. Oulun ammattikorkeakoulussa Perämeren kuoretta japanilaisittain oli selkeästi pidettyin kuoretäyssäilyke, kun taas kalastusvakuutuspäivillä ammattikalastajien keskuudessa parhaaksi tuotteeksi valikoitui Perämeren savukuoretta öljyssä. Kansainvälisessä maistatuksessa Piippolassa paras kuoretäyssäilyke oli Perämeren kuoretta bolognesekastikkeessa. Kuorelasagnesta pidettiin paljon jo Kemin maistatuksessa, mutta reseptimuutosten jälkeen sille saatiin huippuarvostelut Lähiruoka -ja hankintatreffeillä Oulun ammattikorkeakoulussa. Friteerattu kuore oli erittäin pidetty kuoretuote Likis-lähiruokatapahtumassa, mutta sen jatkojalostaminen ja tuotekehittely esimerkiksi vähittäiskaupan hyllyille voi olla haastavaa. Friteerattu kuore on parhaimmillaan, kun se tarjotaan juuri paistettuna ja lämpimänä. Tämän vuoksi sen myynti vähittäiskauppapakkauksissa on haasteellista. Tapahtumissa, jossa kuluttaja voi friteeratun kuoreen nauttia välittömästi valmistuksen jälkeen, se on erinomainen tuote.

Kuviosta 30 näkee, että lähikalalasangne kiinnostaa alan ammattilaisia. Hinta on ilmeisen ratkaiseva tekijä suunniteltaessa tulevia hankintayhteistyökuvioita, sillä mikäli hinta olisi 10 prosenttia kalliimpi kuin vastaava perinteisistä raaka-aineista valmistettu tuote, tuotteen ostohalukkuus vähenee. Kuorelasagnella on saman tulos, toki ero ostohalukkuuden vähenemisessä on hieman pienempi. Kaikki kuoretuotteet kiinnostavat ammattikeittäjiä, mikäli hinta pysyy kohtuullisena. Mikäli hinta nousee, kiinnostus tuotteita kohtaan vähenee. (Kuvio 31.)



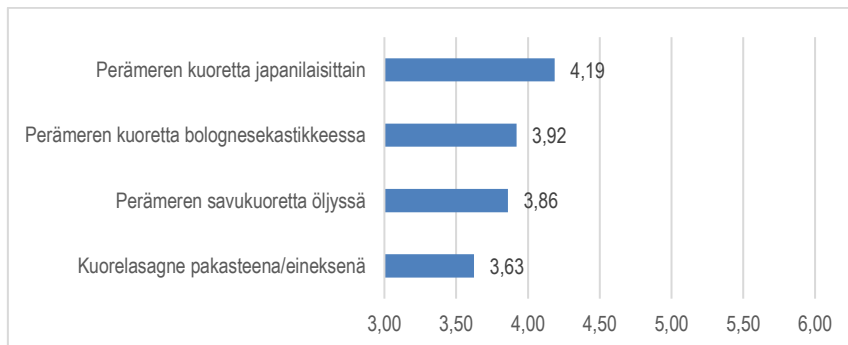
KUVIO 30. Kuinka todennäköisesti ostaisitte seuraavia suurkeittiö- tai einest tuotteita (tuore- tai pakastetuotteena)? Lähiruoka- ja hankintatreffien vastausten painotettu keskiarvo, asteikko: 1 = Erittäin epätodennäköisesti – 6 = Erittäin todennäköisesti).



* Raaka kuorejauheliha, kypsennetty kuorejauheliha, raaka lähikalajauheliha sesongin kalalajeista, kypsennetty lähikalajauheliha sesongin kalalajeista, kuorelasagne, lähikalalasangne sesongin kalalajeista

KUVIO 31 Kuinka todennäköisesti ostaisitte seuraavia suurkeittiö- tai einest tuotteita (tuore- tai pakastetuotteena)? Lähiruoka- ja hankintatreffien vastausten painotettu keskiarvo, asteikko: 1 = Erittäin epätodennäköisesti – 6 = Erittäin todennäköisesti).

Yksityiskuluttajille suunnattujen tuote-esittelyiden perusteella eniten ostohalukkuutta herättäneeksi tuotteeksi valikoitui Perämeren kuoretta japanilaisittain. Kuorelasagne jäi tässä viimeiseksi. Toki maistatukset jakautuivat hieman epätasaisesti, sillä kaikkia tuotteita ei maistatettu kaikilla kohde-ryhmillä. (Kuvio 32.)



KUVIO 32. Kuinka todennäköisesti ostaisitte maistamaan kuoretuotetta päivittäistavarakaupasta? Yksityiskuluttajille suunnatut tuote-esittelyt, koemarkkinoinnit ja maistatukset (painotettu keskiarvo, asteikko: 1 = Erittäin epätodennäköisesti – 6 = Erittäin todennäköisesti).

Maistatustulosten yhteenveto ja tulosten tarkastelu ja laskenta toteutettiin Excelin avulla. Excel- taulukkoon luotiin välilehdet jokaista maistatustilaisuutta varten ja niihin koottiin palautteet samassa järjestyksessä palautelomakkeiden kysymysten kanssa.

Osittain tähän opinnäytetyöhöni kuului maistatusten yhteydessä kertoa ihmisille kuoreesta, sen pyyntimenetelmistä ja käsittelystä. Kuoreella on kuitenkin suuri markkinapotentiaali, samaten kuin

muillakin sivusaaliina saatavilla luonnonkaloilla. Maistatustilaisuuksissa ihmiset olivat aidosti kiinnostuneita, innostuneita ja vastaanottavaisia kuoretuotteille.

8 JOHTOPÄÄTÖKSET

Kuoreella ja muilla sivusaaliina saatavilla luonnonkaloilla on selkeästi kysyntää ja markkinapotentiaalia. Lähiruoka ja kotimainen ruoka on nyt hyvässä nosteessa Suomessa. Luonnonkalan arvostusta on saatu nostettua ja sitä pidetään paitsi puhtaana, myös ekologisena ja terveellisenä vaihtoehtona kuluttajien ruokapöytään.

Kuore on kuluttajille kuitenkin vielä melko outo kala. Sen markkinoille ja ruokapöytään saaminen vaati vielä melkoisesti ponnisteluja. Opinnäytetyöni oli alkukartoitus siitä, mitä tavallinen kuluttaja tietää kuoreesta ja miten hän arvottaa eri kuoretuotteita niitä maistaessaan. Maistatustilaisuuksien kohderyhmät vaihtelivat melkoisesti ja tulevaisuuden haasteena onkin miettiä, mille kohderyhmille tuotteita aletaan suunnitella ja markkinointia kohdentaa.

Maistatetuista kuoretuotteista selkeäksi voittajaksi osoittautui kuorelasagne. Siinä on kaikki myyvältä ja laadukkaalta kuoretuotteelta vaadittavat ominaisuudet. Reseptin muokkaamisen myötä kuorelasagnesta saatiin luotua lippulaiva tälle hankkeelle. Kuorelasagnen loistavuus on siinä, että siihen voidaan hyödyntää myös muita kalalajeja kalajauhelihan muodossa. Kuorelasagne soveltuu myös sekä suurkeittiö- että vähittäiskauppatuotteeksi ja siihen tarvittavaa kalajauhelihaa olisi mahdollisuus myös markkinoida ja kehittää myytäväksi tuotteeksi niin suurkeittiö- kuin vähittäiskauppapakkauksissa. Kuorelasagne maistuu kaikenikäisille ja sitä voi helposti varioida sen mukaan, mitä jääkaapista löytyy. Se on maukasta myös pakastuksen jälkeen ja soveltuu helposti lämmitettäväksi tuotteeksi maun silti kärsimättä.

Kuorelasagne on siis jatkokehittelyn arvoinen tuote. Ongelmatonta sen markkinoille saattaminen ei kuitenkaan ole. Kuoreen alkukäsittely on haastavaa, hidasta ja kallista. Seuraava työvaihe tai uusi mahdollinen hanke pitäisi suunnata sopivien yhteistyökumppanien ja soveltuvien koneiden ja laitteiden hankintaan. Koneiden osalta pitäisi myös tehdä tarkka selvitystyö ja laskenta siitä, millainen konekanta tarvitaan ja kuka siitä vastaa ja huolehtii. Toiminta pitäisi saada niin suureksi, että tuotetta pystytään tekemään isoissa erissä ja tätä kautta kustannukset saataisiin pienemmiksi. Lisäksi tulevaisuudessa kannattaa kokeilla kuorelasagnen valmistusta myös useilla eri kalalajeilla, jotta tuotteesta saataisiin ympärivuotinen tuote markkinoille.

Kuoretäyssäilykkeet ovat takuuvarma tuote, mutta ehkä niiden potentiaalisia ostajia on kuitenkin melko vähän. Ihmisten voisivat rohkeasti opetella käyttämään säilykkeitä monipuolisemmin ja kehitellä niille uusia käyttötapoja, esimerkiksi vaikka salaatin tai tortillan lisukkeena. Säilyke mielletään ehkä helposti vain syötäväksi sellaisenaan tai retkieväänä leivän päällä.

Säilykkeiden maistatuksista vain Piippolassa niiden suosio oli valtaisa. Kuoretäyssäilykkeitä voisi mahdollisesti ajatella hyvänä vientituotteena esimerkiksi Aasian markkinoille. Säilyke on säilyvyytensä ansiosta suhteellisen helppo vientituote. Säilykkeiden valmistaminen on myös melko pitkälti käsityötä ja niidenkin osalta pitäisi tuotantomäärät saada riittävän suuriksi, jotta toiminta olisi taloudellisesti kannattavaa ja järkevää. Haasteena onkin saada tuotannon mittakaava niin suureksi, että tuotantoprosesseja voidaan automatisoida ja sitä kautta tuotanto kustannustehokkaaksi ja kannattavaksi.

9 POHDINTA

Aineiston käsittely tällä valitsemallani menetelmällä oli aikaa vievää, mutta ainoa keino saada luotettavat ja oikeat tulokset. Palautelomakkeissa oli runsaasti vaihtoehtoja sekä vastattavia kohtia, tämä hidasti aineiston läpikäyntiä ja tiedonkeruuta melkoisesti. Työ oli mekaanista ja papereita piti käydä läpi useaan kertaan, jotta jokaisen kohdan vastaukset saatiin tallennettua oikein Excel-taulukkoon. Mielestäni tämä aineistonkäsittelymenetelmä tuotti oikeat tulokset. Ainoa asia, joka ehkä heikentää hieman tulosten luotettavuutta, on että osa vastanneista ei vastannut kaikkiin kohtiin tai täytti lomakkeen ehkä hieman kiireessä ja huolimattomasti. Lisäksi muutama vastanneista ei huomannut palautelomakkeen olleen kaksipuolinen.

Mielestäni työssäni täyttyivät melko hyvin toimeksiantajan toiveet ja näkemykset siitä, miten tilaisuudet järjestettiin ja mitä palautelomakkeilla haluttiin eri maistatustilaisuuksissa kartoittaa. Tutkimustulosten käsittely osoittautui oletettua hankalammaksi ja työläämmäksi paperisten palautelomakkeiden vuoksi.

Aineiston tallennus vastaajakohtaisesti kysymyskohtaisen tallennuksen sijaan olisi mahdollistanut tulosten tarkemman analysoinnin. Vastaajakohtainen tallennus ja jatkoanalysointi toteutetaan opinäytetyön ulkopuolella Kuoreesta gourmeeta -hankkeen toimenpiteenä. Mikäli palautteet olisi kerätty sähköisesti esimerkiksi Webropol-sovelluksen kautta, olisi tallennustyö ollut kaikin tavoin helpompaa. Toki paperilomakkeiden etuna on kohtaamiset ihmisten kanssa ja se edesauttoi sitä, että täytettyjen palautelomakkeiden määrä oli hyvä. Haastavuutta aineiston käsittelyyn lisäsi osaltaan myös omien vahvuuksien puuttuminen tällä osa-alueella. Maistatustilaisuuksien järjestäminen ja ihmisten kohtaaminen ovat omia vahvuuksiani, kun taas tilastolliset asiat eivät niinkään. Työskentelin siis koko aineiston tallennukseen ja käsittelyyn käyttämäni tunnit oman mukavuusalueeni ulkopuolella. Tämä teki työstäni paikoitelleen raskasta ja stressaavaakin. Jälkikäteen olisi pitänyt ehkä miettiä erilaista työtapaa ja jo työskentelyn alkumetreillä laatia hyvä suunnitelma myös aineiston käsittelyä varten.

Palautelomakkeen kysymykset olivat osin vaikeaselkoisia tavalliselle kuluttajalle, yksinkertaisempia kysymyksiä toivottiin useaan otteeseen. Jouduin melko paljon auttamaan lomakkeiden täyttämässä ja avaamaan kysymyksen sisältöä. Lisäksi moni koki kyselyn liian pitkäksi ja aikaa vieväksi

täyttää. Likis-lähiruokatapahtumassa olisi kuoretuotteiden osalta voinut kartoittaa laajemmin vähittäiskaupasta ostamisen halukkuutta, ei ainoastaan friteeratun kuoreen osalta. Moni vastaaja kritisoi palautelomakkeiden monimutkaisuutta ja piti niitä hankalina täyttää. Osittain vastaajilla sekoittui arvosteluasteikon järjestys, niin että ykköstä pidettiin virheellisesti parhaana arvosanana ja numero kuutta huonoimpana, vaikka oikea järjestys on päinvastainen.

Maistatustapahtumat onnistuivat mielestäni hyvin. Huomioin, että kontaktien luominen ulkomaisiin vieraisiin oli huomattavasti helpompaa kuin suomalaisiin maistelijoihin yleisesti maistatustapahtumissa. Ulkomaiset vieraat suhtautuivat ennakkoluulottomasti ja innostuneella asenteella kuoretuotteisiin. Heillä tuntui myös olevan aidosti halu verkostoitua yritysten kanssa ja kiinnostusta luoda uusia yhteistyökuvioita. Näkisin kuoretuotteiden suurimman markkinapotentiaalin olevan maailmalla, ei ainoastaan suomalaisten kuluttajien saatavilla. Ainakin kuoretäyssäilykkeillä voisi olla laaja markkinapotentiaali ulkomailla.

Osa vastaajista pohti sitä, miten kuoretuotteet olisivat myynnissä päivittäistavarakaupassa. Friteerattua kuoretta toivottiin lämpiminä annoksina myyntiin vähittäiskauppoihin vastaajien kanssa käytyjen keskustelujen perusteella. Tätä kysymystä kannattaa jatkoa ajatellen miettiä kuluttajan näkökulmasta osana laajempaa kuoretuotekokonaisuutta. Keskusteluissa vastaajien kanssa nousi voimakkaasti esiin helppokäyttöisyys ja nopeus valtteina arkikalaruokien valmistamisessa.

Kalastuksen vuosikello kannattaisi ottaa laajasti kalojen myyntipisteissä käyttöön. Oheen voisi liittää sosiaalisen median kampanjan kuoreruokaresepteistä ja reseptivihkosia voisi olla tarjolla myös kalatiskiltä suoraan. Tämän lisäksi kaloista voisi tuotekehityksen avulla jauhaa myyntiin kalajauhe-lihaa, jonka koostumus vaihtelisi aina pyyntikausien ja saalismäärien mukaisesti.

Maistatusten yhteydessä on todistettu se, että kuore on ihmisille vielä melko tuntematon kala. Kuoretta oli aiemmin maistanut 90 henkilöä ja kuoretta ensimmäistä kertaa maistoi 228 henkilöä. Kalastusvakuutuspäivät Nallikari Edenissä Oulussa olivat järjestetyistä maistatustapahtumista ainoa tapahtuma, jossa kuore oli suurimmalle osalle tuttu kala ja sitä oli myös maistettu aikaisemmin. Tämä johtuu siitä, että siellä maistatukseen osallistuneista suurin osa oli ammattikalastajia tai muuten kalatalouden parissa työskenteleviä henkilöitä.

Kuoreesta saadaan jalostettua gourmeeta, vaikka se vaatiikin hieman ponnisteluja. Nyt on ajallisesti oikea hetki laadukkaalle kalaruualle, sillä kotimaisen luonnonkalan kulutus on kääntynyt nousuun ja ihmiset ovat rohkeita kokeilemaan uusia tuotteita. Opinnäytetyöni loppuun kiteytän Likis-lähiruokatapahtumasta erään pienen pojan lausahduksen hänen maistettuaan friteerattua kuoretta: ”Tämä oli kyllä maailman parasta!”

LÄHTEET

Bergström, S. & Leppänen, A. 2015. Yrityksen asiakasmarkkinointi. 16. uudistettu painos. Edita Publishing Oy

Hietikko, E. 2015. Tuotekehitystoiminta. 3. painos. Books on Demand Helsinki

Kajaanin ammattikorkeakoulu 2019. Viitattu 31.5.2019. www.kamk.fi/fi/opari/Opinnayte-tyopakki/Teoreettinen-materiaali/Tukimateriaali/Tuotteista-minen/Tuotteistaminen

Kankare, M. 2017. Kotimaisen koirien kuivaruuan kysyntä yllätti tekijän – nyt yritys hakee lisärahoitusta kapasiteetin kasvattamiseen. Talouselämä 5.11.2017. Viitattu 18.4.2020.

Kotler, P. 1982. Markkinoinnin käsikirja. Oy Rastor Ab

Kuluttajaliitto. Syö hyvää 2019. Viitattu 31.8.2019. www.syohyvaa.fi/jarvikala

Lahtinen, J. & Isoviita, A. 2001. Asiakaspalvelun ja markkinoinnin perusteet. Avaintulos Oy

Luonnonvarakeskus 2020. Viitattu 2.4.2020. www.kalahavainnot.luke.fi/kartta

Luonnonvarakeskus 2019. Viitattu 29.8.2019. www.stat.luke.fi/kaupallinen-kalastus-mere-ll%C3%A4-2018_fi

LuontoPortti 2019. Viitattu 29.8.2019. www.luontoportti.com/suomi/fi/kalat/kuore

Markkinointi ja mainonta 2019. Viitattu 31.5.2019 www.marmai.fi/blogit/mark_blogi/maaritellaan-markkinatutkimus-uudestaan-6577720

Oulun ammattikorkeakoulu. Kuoreesta gourmeeta -hanke 2020. Viitattu 7.5.2020.

Prokala 2019. Viitattu 29.8.2019. www.prokala.fi/tietoa-kalasta/#kalalajit

Puranen, T. 2019 . Brändi – Brändipääoma ja sen mittaaminen. Ammattijohtaja.fi. Viitattu 31.5.2019

Suomisanakirja 2019. Viitattu 31.5.2019. www.suomisanakirja.fi/tarve

Taiga Chocolate Oy. Viitattu 18.4.2020. www.taigachocolate.com/

Valtioneuvosto 2020. Viitattu 2.4.2020. www.julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/75308/15%20Pohjois-Pohjanmaa.pdf?sequence=16&isAllowed=y

Villanen, J. 2016. Tuotteista tähtituotteita: Tarinoita, tehtävää, teoriaa. 1. painos. Helsingin seudun kauppakamari

Webropol 2020. Viitattu 19.4.2020. www.webropol.fi/pdf/Opas%20markkinatutkimuksen%20tekemiseen%202015_09_10.pdf

Yritystoiminta 2019. Viitattu 31.5.2019. www.tieto.osaavayrittaja.fi/mitae-markkinointi-on

LIITTEET

Oulun ammattikorkeakoulun opettajanhuone 24.4.2019

Kuoreesta gourmeeta: Kuoretuotteiden maistatus 24.4.2019 – palautelomake

1a. Arvioikaa kuoretuotetta 1 seuraavalla asteikolla:

1 = Erittäin epämiellyttävä, 2 = Epämiellyttävä, 3 = Melko epämiellyttävä, 4 = Melko miellyttävä, 5 = Miellyttävä, 6 = Erittäin miellyttävä

	1	2	3	4	5	6
Ulkonäkö	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Väri	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tuoksu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Rakenne	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Suutuntuma	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Maku	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jälkivaikutelma	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kokonaismiellyttävyys	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

1b. Kuvaile kuoretuotetta 1 omin sanoin. Mikä oli erityisen hyvää? Mikä oli erityisen huonoa?

2a. Arvioikaa kuoretuotetta 2 seuraavalla asteikolla:

1 = Erittäin epämiellyttävä, 2 = Epämiellyttävä, 3 = Melko epämiellyttävä, 4 = Melko miellyttävä, 5 = Miellyttävä, 6 = Erittäin miellyttävä

	1	2	3	4	5	6
Ulkonäkö	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Väri	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tuoksu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Rakenne	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Suutuntuma	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Maku	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jälkivaikutelma	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kokonaismiellyttävyys	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2b. Kuvaile kuoretuotetta 2 omin sanoin. Mikä oli erityisen hyvää? Mikä oli erityisen huonoa?

Käännä

3a. Arvioi kuoretuotetta 3 seuraavalla asteikolla:

1 = Erittäin epämiellyttävä, 2 = Epämiellyttävä, 3 = Melko epämiellyttävä, 4 = Melko miellyttävä, 5 = Miellyttävä, 6 = Erittäin miellyttävä

	1	2	3	4	5	6
Ulkonäkö	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Väri	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tuoksu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Rakenne	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Suutuntuma	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Maku	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jälkivaikutelma	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kokonaismiellyttävyys	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3b. Kuvaile kuoretuotetta 3 omin sanoin. Mikä oli erityisen hyvää? Mikä oli erityisen huonoa?

4. Ostaisitteko maistamaanne kuoretuotetta päivittäistavarakaupasta?

Asteikko: 1 = Erittäin epätodennäköisesti, 2 = Epätodennäköisesti, 3 = Melko epätodennäköisesti, 4 = Melko todennäköisesti, 5 = Todennäköisesti, 6 = Erittäin todennäköisesti

	1	2	3	4	5	6
Kuoretuote 1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kuoretuote 2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kuoretuote 3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

5. Asettakaa maistamanne kuoretuotteet paremmuusjärjestykseen kokonaisvaikutelman perusteella:

1. = Paras, 2. = Toiseksi paras, 3. = Kolmanneksi paras

Kuoretuote 1: _____

Kuoretuote 2: _____

Kuoretuote 3: _____

Kiitokset panoksestanne!



LIITE 2

Ok tuote.

Hyvä happamuus, mukava suutuntuma

Vastaaviin tuotteisiin verrattuna miellyttävä suutuntuma ja rakenne. Sopivan mieto ja suolainen maku.

Hyvä maku, miellyttävä suutuntuma.

Maukas, ehkä vähän kuivahko.

Maku on hyvä.

Perus säilykekala, maku hyvä.

Suutuntuma : kuivahko, kumi/puumainen tuntu. Koostumus muuten ok.

Tää oli lempperi

Yllättävän hyvä, maku tasapainoinen, ulkonäöstä huolimatta hyvä kokemus.

Suolainen, voimakas maku, etikkainen.

Koostumus hieman mössöytynyt. Sopii näin parhaiten pitsoihin ja salaatteihin.

Ensi kerran maistelen, joten vaikea kuvailla. Hyvää oli.

Maku oli hyvä, ehkä hieman kuiva.

Maku oli hillitty, koostumus hyvä.

Ulkonäkö paras.

Mukava, makea maku, aavistuksen kuivakka rakenne.

En pitänyt öljymäisyydestä.

Maku oli erittäin hyvä, tykkäsin myös pienestä makeudesta.

Mukavanmakuinen.

En huomaa mitään hajua. Rakenteesta: jotain säikeitä, jotka häiritsivät. Jokin sivumaku, joka ei miellyttänyt. Hiukan liikaa suolaa.

Kuiva, liian kalaisa ja suolainen.

Hyvä, aito kalan maku. Sopisi hyvin ruisleivän päälle.

Mössön näköinen, maku parempi kuin lupasi.

Sopivan tiivis ja sopivan suolainen.

Tässä oli moni asia kohdillaan, vaikea löytää kritisoitavaa. Toisaalta vaikea erotella, mikä oli erityisen hyvää. Hyvä kokonaisuus siis ja erittäin hyvä maku.

Hyvät mausteet, rakenne venyvää.

Hyvä, selkeä rakenne.

Kalat rikkinäisiä ja nuhjuisia, tomaatti ei ole paras kastike kalalle :(

Tässä jäi selkeimmin mieleen epämiellyttävä suuntuntuma. Jotenkin liian "suussasulava", mutta ei murea vaan niljakas.

Ei niin hyvää, kuin 1, limainen.

Mausta en pitänyt, ulkonäkö lupasi "tomaattikalan makua", mutta ei maistunutkaan.

En pitänyt öljymäisyydestä.

Hiukan lötsö, mutta hyvänmakuinen.

Oli aika mauton.

Hieman kitkerä.

Maultaan hyvä, kastiketta ehkä hieman liikaa.

En pidä tomaattikastikkeesta, joten tuote minulle vastenmielisen makuinen ja - hajuinen. Muuten ok tuote.

Plussaa savunmaku jälkikäteen, vetisen tuntuinen.

Hyvä väri, mutta rakenne liian pehmeä.

Suutuntuma oli erittäin miellyttävä. Rakenne mukava. Mausteet kohdallaan.

Tämän tuoksua oli selvästi paras. Huvä kokonaisuus. Ehkä hieman turhan öljyinen. Öljyä vähemmäksi. Paras!

Koostumus hiukan liian mössö, vaikka maku ok.

Maku ihan jees, mutta onko jo liian mausteinen...

Rakenne hajonnut/ hajoaa purkista otettaessa. Suolapitoisuus oli liian korkea. Maku oli oikein hyvä.

Mössöä, väri kiva.

Hajoa herkästi, mukava maku.

1 verrattuna vähän suolaisempi. Tykkäsin myös pienestä makeudesta, mikä 1 kuoreessa oli.

Liian tomaattinen.

Maku ei miellyttänyt, liian kitkerä.

Vähän turhan napakka suola. Hajoa erittäin helposti.

Maukas, toki tomaattisuus "peittää kalan makua", mutta tässä se ei haittaa.

Jotenkin pirteämpi maku kuin kuoretuote 1:llä.

Vetelämpi, oli enemmän suunmyötäinen.

Hyvä väri ja ennakotuntemus, mutta maku oli pettymys.

Vähän tuli tonnikalafibat.

Maistui tomaattisardiinilta, pehmeämpi kala vain. Saisi olla kiinteämpi.

Koostumus mössöytynyt, sopii koostumukseltaan salaatteihin ja pitsoihin.

Näytti paremmalta kuin 1, mutta liian pistävä tomaatin maku ja rakenne mössö.

Tomaattinen maku ei henk.koht. miellytä.

Rakenne kuiva, mössö. Hyvin kypsytetty.

Tomaatti ei maistu itselle.

Huonoin kaikista. Tomaattinen maku?

Liian suolainen

Kaunis ulkonäkö ja koostumus, ehkä savunmaku liian voimakas.

Liian suolainen omaan makuun.

Rapsakka ja hyvä tuote, ostaisin. Koostumus hyvä, kiinteä.

Hieman haalea, "kuollut" väri.

Tämä tuote oli kuoretta puhtaimmillaan, ei tomaattia/mausteita. Hox! En katsonut

Tämä maistui suolaisimmalta, olisikohan syynä se, että maistan viimeisenä. Laski arviota.

Hox! Mielestäni maistatukset voisivat jatkossa olla enemmän sokkotestejä eli ei anneta sisältötietoja.

Kala oli kokonainen ja napakka, savuaromi oli hyvä. Suutuntuma oli kuitenkin parempi tuotteessa 1.

Ei pärjännyt kilpailussa vaihtoehto 1:lle, oli suolaisempi ja maku pistävämpi.

Erinomainen rakenne ja suutuntuma.

Rakenne jotenkin kovempi kuin 1 ja 2.

Aito maku, tosi hyvä.

Vähän turhan suolainen omaan makuun. En pidä savunmausta yleensä, joten se vähän tökkii.

Toimisi varmasti retkieväänä.

Vähän turhan napakka suola. Mainio rakenne. Pysyy kivasti kasassa.

Pehmyt tuntuma.

Hyvä väri ja maku.

Savukala, tutuntuntuinen tuote.

Ennako-oletuksena tämä oli paras, mutta loppujen lopuksi maistatuksen jälkeen jäi heikoimmaksi.

Väri ei niin miellyttävä kuin 1 ja 2, mutta jos näihin ei vertaa niin ok.

Saisi mielestäni olla tummemman (ruskean) värinen, aika vaalea savukalaksi.

Rakenne hyvä, mutta väri aneeminen ja maku suolainen.

Vaaleampi väri ei ollut minun makuuni.

Kohtuullisen hyvä kokonaisuus, mutta 1 oli makuna miellyttävämpi.

Vetisen oloinen.

Liian suolainen, jälkimakuna myös suolaisuus.

Liian suolainen, ulkonäkö ei niin houkutteleva kuin ykkösessä.

Säilyttänyt parhaiten kalan muodon ja siten miellyttävä.

Suutuntuma hyvä, sopivan kiinteä. Maku ei mielestäni niin hyvä kuin 1-vaihtoehdossa.

Mukavan mieto, suosikkini, maku ratkaisee, ei ulkonäkö.

Hyvää, mutta ei niin maukkaan näköinen. Yllätti.

Liian suolainen makuuni ja suolan maku vahvin jälkivaikutelma. Siksi "melko epämiellyttävä".

En pitänyt.

En pitänyt öljymäisyydestä.

Väri on vaisu, rakenne on kiva.

Kuoreesta gourmeeta: Kuorelasagnen maistatus ravintola Pikku Mestari 9.5.2019 – palautelomake

Kuoreesta gourmeeta hankkeen tarkoituksena on kuoreen eli norssin jalostusarvon nostaminen elintarvikekäytön kautta. Hankkeella pyritään löytämään kuoreelle uusia markkinaväyliä ja liiketoimintamahdollisuuksia. Tämän maistatuksen tarkoituksena on selvittää kuluttajan mielipidettä kuoreen käyttämiseen lounastarjoilussa.

Kuore on lohikala ja se muistuttaa ulkonäöltään hieman pientä muikkua. Hyvä tuntomerkki on kuoreen tuorekurkkua muistuttava ominaisuus. Kuoreesta on Suomessa kaksi eri muotoa, jotka eroavat toisistaan kooltaan ja kasvunopeudeltaan. Kookkaampi muoto, jota kutsutaan norssiksi, elää merialueilla. Kuore on kooltaan sisävesissä 7-12 cm ja merialueilla 15-20 cm. Kuore on ulappavesien parvikala, joka kutee jokien suilla ja virtaavassa vedessä aikaisin keväällä. Kuoretta tavataan Suomessa sisävesissä aina Oulunjoen vesistöön saakka. Se on merkittävin sivusaalis sisävesi- ja rannikkokalastuksessa. Kuore on Kainuun maakuntakala. (Luontoportti.fi2019, viitattu 8.5.2019).

1. Arvioi kuorelasagnea seuraavalla asteikolla:

1 = Erittäin epämiellyttävä, 2 = Epämiellyttävä, 3 = Melko epämiellyttävä, 4 = Melko miellyttävä, 5 = Miellyttävä, 6 = Erittäin miellyttävä

	1	2	3	4	5	6
Ulkonäkö	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Väri	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tuoksu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Rakenne	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Suutuntuma	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Maku	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jälkivaikutelma	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kokonaismiellyttävyys	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2. Kuvaile kuorelasagnea omin sanoin. Mistä piditte ja missä olisi kehitettävää?

3. Millaisia tuotteita toivoisitte kuoreesta tuotekehitykseen?

Kuorepihvit	<input type="checkbox"/>	Kuivattu kuoresnacks	<input type="checkbox"/>
Friteeratut kuoreet	<input type="checkbox"/>	Kuorejauho esim. leivontaan	<input type="checkbox"/>
Kuoresäilyke	<input type="checkbox"/>	Kuivattu kuore lemmikeille	<input type="checkbox"/>
Savustettu kuore	<input type="checkbox"/>	Muita ideoita	

Käännä

4. Ostaisitteko kuorelasagnea pakasteena / eineksenä päivittäistavarakaupasta?

Asteikko: 1 = Erittäin epätodennäköisesti, 2 = Epätodennäköisesti, 3 = Melko epätodennäköisesti, 4 = Melko todennäköisesti, 5 = Todennäköisesti, 6 = Erittäin todennäköisesti

	1	2	3	4	5	6
Kuorelasagne	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

5. Oletteko maistaneet kuoretta aikaisemmin?

Kyllä ☐ missä yhteydessä? _____

En ☐

6. Terveiseni kyselyn tekijälle kuoreen elintarvikekäytön lisäämiseksi

7. Vastajan taustatiedot

Sukupuoli	Ikä
Nainen <input type="checkbox"/>	18-29 v. <input type="checkbox"/>
Mies <input type="checkbox"/>	30-39 v. <input type="checkbox"/>
	40-49 v. <input type="checkbox"/>
	50 v.- <input type="checkbox"/>

Kiitokset panoksestanne!



Ei niin murumainen koostumus.

Ulkonäkö hyvä, muistuttaa jopa perusjauhelihalasagnea. Tuoksu kuitenkin kalalle.

Ihan ok.

Erittäin hyvä. Maku myös sellainen, että sopii henkilöille, jotka eivät yleensä kalasta välitä.

Raaka-aineiden suhteet. Hieman mausteita.

Rakenne oli hyvä. Lasagne oli parempi kuin jauhelihasta tehty. En yleensä paljon tykkää lasagnesta.

Hyvää oli.

Positiivinen yllätys. Tutunmakuinen, kuin tonnikalalasagne. Oliko hieman reilulla kädellä suolattu?

Kalanmaku hieman vaatimaton.

Liian "pliisun makuinen"

Ehkä lisäisin sipulia tai jotain juureksia mukaan.

Persoonallisuutta makuun lisää esimerkiksi mausteilla.

Mielenkiintoinen uusi tuttavuus. Hyvää oli lasagnenakin ja kala sopii varmaan monella tapaa valmistettavaksi.

Oma, persoonallinen maku.

Uusi tuttavuus. Yllätyin- maku oli hyvä. Kehitystyö oli onnistunut.

Uusi tuttavuus, muistutti jonkin verran tonnikalalasagnea (tomaattista).

Maku juustolla voimakkaammaksi, "kalamainen ensivaikutelma" lautaselle otettaessa.

Voisi kokeilla tuoretta tomaattia, jolloin enempi suutuntumaa.

Tottunut lihalasagneen, maku vähän eksoottinen.

Miten toimii pastakastikkeena, keitoissa?

Tuoksu erikoinen, vaatii tottumista. Koostumus mukavan rakeinen. Kuore-nimenä on vieras eikä kovin imarteleva.

Maku on terävähkö, en ehkä käyttäisi kuoretta lasagnen raaka-aineena. Kalapihvit, mureka tms. olisi ehkä parempi ajatus.

Tuoksussa olisi kehitettävää ja ehkä värissäkin. Maku ok.

Parempi kuin tonnikalalasagne.

Alkumaku oli epämiellyttävä, suutuntumassa pistäviä paloja.

Ensimmäinen suullinen maistui kummalliselle. Maku parani syödessä. Jonkin verran sardiininen maku alkoi kuitenkin tökkiä loppuruokailussa ja muuttui jotenkin pistäväksi.

Hyvä, kun kalan maku ei ollut liian voimakas. Koostumus kuten jauhelihalla. Positiivinen juttu.

Tuoksu voimakkaasti kalalle, maku hyvä.

Kuoreesta gourmeeta: Kuoresäilykkeiden maistatus K-market Pulkkilassa 28.6.2019 – palautelomake

Kuore on lohikala ja se muistuttaa ulkonäöltään hieman pientä muikkua. Hyvä tuntomerkki on kuoreen tuorekurkkua muistuttava ominaisuus. Kuoreesta on Suomessa kaksi eri muotoa, jotka eroavat toisistaan kooltaan ja kasvunopeudeltaan. Kookkaampi muoto, jota kutsutaan norssiksi, elää merialueilla. Kuore on kooltaan sisävesissä 7-12 cm ja merialueilla 15-20 cm. Kuore on Jäppävesien parvikala, joka kutee jokien suilla ja virtaavassa vedessä aikaisin keväällä. Kuoretta tavataan Suomessa sisävesissä aina Oulunjoen vesistöön saakka. Se on merkittävin sivusaalis sisävesi- ja rannikkokalastuksessa. Kuore on Kainuun maakuntakala. (Luontoportti.fi, viitattu 8.5.2019).

1a. Arvioi kuoretuotetta 1 seuraavalla asteikolla:

1 = Erittäin epämiellyttävä, 2 = Epämiellyttävä, 3 = Melko epämiellyttävä, 4 = Melko miellyttävä, 5 = Miellyttävä, 6 = Erittäin miellyttävä

	1	2	3	4	5	6
Ulkonäkö	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Väri	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tuoksu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Rakenne	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Suutuntuma	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Maku	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jälkivaikutelma	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kokonaismiellyttävyys	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

1b. Kuvaile kuoretuotetta 1 omin sanoin. Mikä oli hyvää ja missä olisi vielä kehitettävää?

2a. Arvioi kuoretuotetta 2 seuraavalla asteikolla:

1 = Erittäin epämiellyttävä, 2 = Epämiellyttävä, 3 = Melko epämiellyttävä, 4 = Melko miellyttävä, 5 = Miellyttävä, 6 = Erittäin miellyttävä

	1	2	3	4	5	6
Ulkonäkö	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Väri	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tuoksu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Rakenne	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Suutuntuma	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Maku	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jälkivaikutelma	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kokonaismiellyttävyys	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2b. Kuvaile kuoretuotetta 2 omin sanoin. Mikä oli hyvää ja missä olisi vielä kehitettävää?

Käännä

3a. Arvioi kuoretuotetta 3 seuraavalla asteikolla:

1 = Erittäin epämiellyttävä, 2 = Epämiellyttävä, 3 = Melko epämiellyttävä, 4 = Melko miellyttävä, 5 = Miellyttävä, 6 = Er

	1	2	3	4	5	6
Ulkonäkö	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Väri	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tuoksu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Rakenne	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Suutuntuma	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Maku	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jälkivaikutelma	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kokonaismiellyttävyys	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3b. Kuvaile kuoretuotetta 3 omin sanoin. Mikä oli hyvää ja missä olisi vielä kehitettävää?

4. Ostaisitteko maistamaanne kuoretuotetta päivittäistavara kaupasta?

Asteikko: 1 = Erittäin epätodennäköisesti, 2 = Epätodennäköisesti, 3 = Melko epätodennäköisesti, 4 = Melko todennäköisesti, 5 = Todennäköisesti, 6 = Erittäin todennäköisesti

	1	2	3	4	5	6
Kuoretuote 1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kuoretuote 2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kuoretuote 3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

5. Asettakaa maistamanne kuoretuotteet paremmuusjärjestykseen kokonaisvaikutelman perusteella:

1. = Paras, 2. = Toiseksi paras, 3. = Kolmanneksi paras

Kuoretuote 1: _____ Kuoretuote 2: _____ Kuoretuote 3: _____

6. Oletteko maistaneet kuoretta aikaisemmin?

Kyllä ☐ missä yhteydessä? _____

En ☐

7. Vastajan taustatiedot

Sukupuoli

Nainen ☐

Mies ☐

Ikä

alle 18 v. ☐

18-27 v. ☐

28-37 v. ☐

38 v.- ☐

Kiitokset panoksestanne!



Ei maistu mitään
Tämä oli muuten paras.
Ruotoja.
Aika mieto kala, hyvä rakenne, kastike todella maukas.
Hyvä maku.
Miedonmakuinen.
Perinteinen.
Polttoaineen maku
Polttoaineen maku
Suolaista
Tosi hyvä makuyhdistelmä.

Tunkkanen, liian voimakas tomaattinen ja öljyinen.
Suolaista.
Niin kuin purkkikalaa.
Hyvät mausteet.
Ei pahaa.
Maistuu samalle kuin kaikki muutkin kalat.
Sardiini, saattaa syödä ja nauttia.
Tosi hyvänmakuinen, käy tomaatin kanssa hyvin.
Hyvä.
Tykkäsin.
Vähän niin kuin sardiini.

Vähän liian öljyinen minun makuuni, kala oli hyvä!
Raikas ja sopiva savuisuus
Ei minun makuun
Erittäin hyvä.
Ruodot pois
Leppä maistuu
Savun makuinen
Maistuu kala.
On hyvää!
Aivan ihana.
Suolaa lisää
Perinteinen maku
Savuinen maku
Hetki ostaisin, jos olisi myynnissä

Kuoreesta gourmeeta: Kuoresäilykkeiden maistatus IAIC 2019 - konferenssissa 9.8.2019 – palautelomake

Kuore on lohikala ja se muistuttaa ulkonäöltään hieman pientä muikkua. Hyvä tuntomerkki on kuoreen tuorekurkkua muistuttava ominaisuus. Kuoreesta on Suomessa kaksi eri muotoa, jotka eroavat toisistaan kooltaan ja kasvunopeudeltaan. Kookkaampi muoto, jota kutsutaan norssiksi, elää merialueilla. Kuore on kooltaan sisävesissä 7-12 cm ja merialueilla 15-20 cm. Kuore on ulappavesien parvikala, joka kutee jokien suilla ja virtaavassa vedessä aikaisin keväällä. Kuoretta tavataan Suomessa sisävesissä aina Oulunjoen vesistöön saakka. Se on merkittävin sivusaalis sisävesi- ja rannikkokalastuksessa. Kuore on Kainuun maakuntakala. (Luontoportti.fi, viitattu 8.5.2019).

1a. Arvioi kuoretuotetta 1 seuraavalla asteikolla:

1 = Erittäin epämiellyttävä, 2 = Epämiellyttävä, 3 = Melko epämiellyttävä, 4 = Melko miellyttävä, 5 = Miellyttävä, 6 = Erittäin miellyttävä

	1	2	3	4	5	6
Ulkonäkö	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Väri	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tuoksu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Rakenne	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Suutuntuma	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Maku	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jälkivaikutelma	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kokonaismiellyttävyys	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

1b. Kuvaile kuoretuotetta 1 omin sanoin. Mikä oli hyvää ja missä olisi vielä kehitettävää?

2a. Arvioi kuoretuotetta 2 seuraavalla asteikolla:

1 = Erittäin epämiellyttävä, 2 = Epämiellyttävä, 3 = Melko epämiellyttävä, 4 = Melko miellyttävä, 5 = Miellyttävä, 6 = Erittäin miellyttävä

	1	2	3	4	5	6
Ulkonäkö	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Väri	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tuoksu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Rakenne	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Suutuntuma	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Maku	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jälkivaikutelma	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kokonaismiellyttävyys	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2b. Kuvaile kuoretuotetta 2 omin sanoin. Mikä oli hyvää ja missä olisi vielä kehitettävää?

Käännä

3a. Arvioi kuoretuotetta 3 seuraavalla asteikolla:

1 = Erittäin epämiellyttävä, 2 = Epämiellyttävä, 3 = Melko epämiellyttävä, 4 = Melko miellyttävä, 5 = Miellyttävä, 6 = Er

	1	2	3	4	5	6
Ulkonäkö	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Väri	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tuoksu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Rakenne	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Suutuntuma	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Maku	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jälkivaikutelma	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kokonaismiellyttävyys	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3b. Kuvailkaa kuoretuotetta 3 omin sanoin. Mikä oli hyvää ja missä olisi vielä kehitettävää?

4. Ostaisitteko maistamaanne kuoretuotetta päivittäistavarakaupasta?

Asteikko: 1 = Erittäin epätodennäköisesti, 2 = Epätodennäköisesti, 3 = Melko epätodennäköisesti, 4 = Melko todennäköisesti, 5 = Todennäköisesti, 6 = Erittäin todennäköisesti

	1	2	3	4	5	6
Kuoretuote 1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kuoretuote 2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kuoretuote 3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

5. Asettakaa maistamanne kuoretuotteet paremmuusjärjestykseen kokonaisvaikutelman perusteella:

1. = Paras, 2. = Toiseksi paras, 3. = Kolmanneksi paras

Kuoretuote 1: _____ Kuoretuote 2: _____ Kuoretuote 3: _____

6. Oletteko maistaneet kuoretta aikaisemmin?

Kyllä ☐ missä yhteydessä? _____

En ☐

7. Vastaaajan taustatiedot

Sukupuoli:

Nainen ☐

Mies ☐

Kotimaa:

Ikä:

alle 18 v. ☐

18-27 v. ☐

28-37 v. ☐

38 v.- ☐

Kiitokset panoksestanne!



Smelt gourmet (Kuoreesta gourmeeta): taste test for canned smelt (*Osmerus eperlanus*) products at the IALC 2019 on 9 August 2019 – feedback form

Smelt is a salmon-like fish that resembles a small vendace (*Coregonus albula*) with a slimmer frame and a cucumber-like odour. In Finland, two forms of smelt occur: The smaller form lives in inland waters and grows to be 7-12 cm long. The faster-growing and bigger (15-20 cm) form is commonly found in the sea, as well as in larger inland waters all the way from the South of Finland to the Oulujoki river system. Smelt is a schooling species that spawns early in the spring in flowing water such as a river estuary. It constitutes a significant bycatch both in sea and freshwater fishing. Smelt is the regional fish of Kainuu. (Luontoportti.fi, cited on 8 May 2019).

1a. Please, evaluate the Smelt Product 1 using the following scale:

1 = Very unattractive; 2 = Unattractive; 3 = Fairly unattractive; 4 = Fairly attractive; 5 = Attractive; 6 = Very attractive

	1	2	3	4	5	6
Appearance	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Colour	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Smell	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Texture	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mouthfeel	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Taste / flavour	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aftertaste	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
General impression	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

1b. Please, describe the Smelt Product 1 in your own words. What was good and what could be improved?

2a. Please, evaluate the Smelt Product 2 using the following scale:

1 = Very unattractive; 2 = Unattractive; 3 = Fairly unattractive; 4 = Fairly attractive; 5 = Attractive; 6 = Very attractive

	1	2	3	4	5	6
Appearance	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Colour	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Smell	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Texture	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mouthfeel	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Taste / flavour	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aftertaste	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
General impression	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2b. Please, describe the Smelt Product 2 in your own words. What was good and what could be improved?

Please, turn the page

3a. Please, evaluate the Smelt Product 3 using the following scale:

1 = Very unattractive; 2 = Unattractive; 3 = Fairly unattractive; 4 = Fairly attractive; 5 = Attractive; 6 = Very attractive

	1	2	3	4	5	6
Appearance	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Colour	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Smell	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Texture	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mouthfeel	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Taste / flavour	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aftertaste	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
General impression	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3b. Please, describe the Smelt Product 3 in your own words. What was good and what could be improved?

4. Would you buy these smelt products if they were on sale?

Scale: 1 = Very unlikely; 2 = Unlikely; 3 = Fairly unlikely; 4 = Fairly likely; 5 = Likely; 6 = Very likely

	1	2	3	4	5	6
Smelt Product 1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Smelt Product 2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Smelt Product 3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

5. Please, rank these smelt products based on your general impression on them:

1. = Best; 2. = Second best; 3. = Third best

Smelt Product 1: _____ Smelt Product 2: _____ Smelt Product 3: _____

6. Have You tasted smelt before?

Yes ☐ In what context and form? _____

No ☐

7. Respondent's background information

Gender: Age:

Female ☐ under 18 years ☐

Male ☐ 18-27 years ☐

Home country: 28-37 years ☐

38 years or over ☐

Thank you for your contribution!



Good

Delicious! Good that not too salty!

A little salt.

The Product 2 is better.

Hyvää oli, en huomannut kehitettävää!

Pärjää erinomaisesti muille kalasäilykkeille, ei parannusehdotuksia.

Outo maku, ei sopinut kalaan.

The product 2 is the best that I feel.

Like firm texture, tasty and not too salty.

Erinomainen väri.

Fantastic!

It`s ok.

Hyvää oli, en huomannut kehitettävää!

Tuttu maku

Good.

Erittäin hyvä

Wonderful and very nice

2 is the best.

Good taste, a little oily aftertaste.

Vähän liian savuinen, tunkkaisuus.

Savun maku.

Very good, packaging could be improved.

The product 3 is so fresh.

Kuoreesta gourmeeta: Kuoresäilykkeiden maistatus Kalastusvakuutuspäivillä Oulussa 5.9.2019 – palautelomake

Kuore on lohikala ja se muistuttaa ulkonäöltään hieman pientä muikkua. Hyvä tuntomerkki on kuoreen tuorekurkkua muistuttava ominaisuus. Kuoreesta on Suomessa kaksi eri muotoa, jotka eroavat toisistaan kooltaan ja kasvunopeudeltaan. Kookkaampi muoto, jota kutsutaan norssiksi, elää merialueilla. Kuore on kooltaan sisävesissä 7-12 cm ja merialueilla 15-20 cm. Kuore on ulappavesien parvikala, joka kutee jokien suilla ja virtaavassa vedessä aikaisin keväällä. Kuoretta tavataan Suomessa sisävesissä aina Oulunjoen vesistöön saakka. Se on merkittävin sivusaalis sisävesi- ja rannikkokalastuksessa. Kuore on Kainuun maakuntakala. (Luontoportti.fi 2019, viitattu 8.5.2019).

1a. Arvioikaa kuoretuotetta 1 seuraavalla asteikolla:

1 = Erittäin epämiellyttävä, 2 = Epämiellyttävä, 3 = Melko epämiellyttävä, 4 = Melko miellyttävä, 5 = Miellyttävä, 6 = Erittäin miellyttävä

	1	2	3	4	5	6
Ulkonäkö	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Väri	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tuoksu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Rakenne	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Suutuntuma	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Maku	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jälkivaikutelma	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kokonaismiellyttävyys	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

1b. Kuvaillkaa kuoretuotetta 1 omin sanoin. Mikä oli hyvää ja missä olisi vielä kehitettävää?

2a. Arvioikaa kuoretuotetta 2 seuraavalla asteikolla:

1 = Erittäin epämiellyttävä, 2 = Epämiellyttävä, 3 = Melko epämiellyttävä, 4 = Melko miellyttävä, 5 = Miellyttävä, 6 = Erittäin miellyttävä

	1	2	3	4	5	6
Ulkonäkö	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Väri	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tuoksu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Rakenne	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Suutuntuma	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Maku	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jälkivaikutelma	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kokonaismiellyttävyys	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2b. Kuvaillkaa kuoretuotetta 2 omin sanoin. Mikä oli hyvää ja missä olisi vielä kehitettävää?

Käännä

3a. Arvioi kuoretuotetta 3 seuraavalla asteikolla:

1 = Erittäin epämiellyttävä, 2 = Epämiellyttävä, 3 = Melko epämiellyttävä, 4 = Melko miellyttävä, 5 = Miellyttävä, 6 = Er

	1	2	3	4	5	6
Ulkonäkö	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Väri	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tuoksu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Rakenne	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Suutuntuma	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Maku	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jälkivaikutelma	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kokonaismiellyttävyys	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3b. Kuvaile kuoretuotetta 3 omin sanoin. Mikä oli hyvää ja missä olisi vielä kehitettävää?

4. Ostaisitteko maistamaan kuoretuotetta päivittäistavarakaupasta?

Asteikko: 1 = Erittäin epätodennäköisesti, 2 = Epätodennäköisesti, 3 = Melko epätodennäköisesti, 4 = Melko todennäköisesti, 5 = Todennäköisesti, 6 = Erittäin todennäköisesti

	1	2	3	4	5	6
Kuoretuote 1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kuoretuote 2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kuoretuote 3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

5. Asettakaa maistamanne kuoretuotteet paremmuusjärjestykseen kokonaisvaikutelman perusteella:

1. = Paras, 2. = Toiseksi paras, 3. = Kolmanneksi paras

Kuoretuote 1: _____ Kuoretuote 2: _____ Kuoretuote 3: _____

6. Oletteko maistaneet kuoretta aikaisemmin?

Kyllä ☐ missä yhteydessä? _____

En ☐

7. Vastaajan taustatiedot

Sukupuoli:

Nainen ☐

Mies ☐

Ikä:

alle 18 v. ☐

18-27 v. ☐

28-37 v. ☐

38 v.- ☐

Kiitokset panoksestanne!



Väri vahvemmaksi, tuoksuun ehkä enemmän sitruunaa.
Kokonainen kala kiva, menee helposti rikki. Väri ja ulkonäkö vähän kelmeä.
Maistui ok.
Aneeminen
Pienet kalat, oli hyvä, ehkä liian paljon kastiketta.
Erittäin hyvälle maistui
Erittäin maukas
Suolaton
Oliko soijakastike gluteeniton? Huom. Soijakastikkeen tuoteseloste!
Hyvä maku, konsistenssi vähän löysä.

Liikaa maustetta

Hyvä väri

Ehkä liian paljon kastiketta, kala on piilossa.

Suola puuttuu

Sopisi ehkä vuokaan

Mahtavaa, tämä on suosikkini.

Koko ja rakenne kiinteämmäksi, maku ok.

Punainen väri ja tomaatin maku hyviä, rakenne vähän hauras, paras.

Voisiko öljyn valinnalla tehdä kirpeyttä ja sitruunamaisuutta makuun. Esim oliiviöljyssä on isoja eroja hapokkuuden suhteen. Toisaalta kotimaisen öljyn valinta on tärkeää.

Isompikokoinen kuin muut, maku oli hyvä. Ulkonäön väri vähän epämiellyttävä.
Kymppisuoritus, maistui hyvältä!
Pikkasen enemmän suolaa.
Hyvä maku, voisi syödä toisenkin kerta.
Paras näistä tuotteista!
Näistä paras! Väri voisi olla hieman tummempi!
Väri vähän kelmeä, rakenne hauras, maku ok, ei liian savuinen.
Nå jo, 2 oli parempi.
Rakenteen koossapitämiseen parannusta.

Kuoreesta gourmeeta -hanke: Kuorelasagnen maistatus Lähiruoka- ja hankintatreffeillä Oulussa 20.9.2019 – palautelomake

Kuoreesta gourmeeta hankkeen tarkoituksena on kuoreen (norssin) jalostusarvon nostaminen elintarvikekäytön kautta.

Kuore on lohikala, joka muistuttaa ulkonäöltään hieman pientä muikkua. Hyvä tuntomerkki on kuoreen tuorekurkkua muistuttava ominaisuus. Kuoreesta on Suomessa kaksi eri muotoa, jotka eroavat toisistaan kooltaan ja kasvunopeudeltaan. Kookkaampi muoto, jota kutsutaan norssiksi, elää merialueilla. Kuore on kooltaan sisävesissä 7-12 cm ja merialueilla 15-20 cm. Kuore on ulappavesien parvikala, joka kutee jokien suilla ja virtaavassa vedessä aikaisin keväällä. Kuoretta tavataan Suomessa sisävesissä aina Oulunjoen vesistöön saakka. Se on merkittävin sivusaalis sisävesi- ja rannikkokalastuksessa. Kuore on Kainuun maakuntakala. (Luontoportti.fi 2019, viitattu 8.5.2019).

1. Arvioi kuorelasagnea seuraavalla asteikolla:

1 = Erittäin epämiellyttävä, 2 = Epämiellyttävä, 3 = Melko epämiellyttävä, 4 = Melko miellyttävä, 5 = Miellyttävä, 6 = Erittäin miellyttävä

	1	2	3	4	5	6
Ulkonäkö	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Väri	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tuoksu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Rakenne	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Suutuntuma	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Maku	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jälkivaikutelma	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kokonaismiellyttävyys	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2. Kuvaile kuorelasagnea omin sanoin. Mistä piditte ja missä olisi kehitettävää?

3. Ostaisitteko seuraavia suurkeittiö- tai einestutotteeksi (tuore- tai pakastetutotteena), mikäli hinta olisi samaa tasoa vastaavien perinteisistä raaka-aineista valmistettujen tuotteiden kanssa?

Asteikko: 1 = Erittäin epätodennäköisesti, 2 = Epätodennäköisesti, 3 = Melko epätodennäköisesti, 4 = Melko todennäköisesti, 5 = Todennäköisesti, 6 = Erittäin todennäköisesti

	1	2	3	4	5	6
Raaka kuorejauheliha	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kypsennetty kuorejauheliha	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Raaka lähikalajauheliha sesongin kalalajeista	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kypsennetty lähikalajauheliha sesongin kalalajeista	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kuorelasagne	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lähikalasagne sesongin kalalajeista	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Käännä

4. Ostaisitteko seuraavia suurkeittiö- tai einestutteenä (tuore- tai pakastetuotteena), mikäli hinta olisi maksimissaan 10 % kalliimpi kuin vastaavien perinteisistä raaka-aineista valmistettujen tuotteiden hinta?

Asteikko: 1 = Erittäin epätodennäköisesti, 2 = Epätodennäköisesti, 3 = Melko epätodennäköisesti, 4 = Melko todennäköisesti, 5 = Todennäköisesti, 6 = Erittäin todennäköisesti

	1	2	3	4	5	6
Raaka kuorejauheliha	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kypsennetty kuorejauheliha	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Raaka lähikalajauheliha sesongin kalalajeista	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kypsennetty lähikalajauheliha sesongin kalalajeista	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kuorelasagne	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lähikalalasagne sesongin kalalajeista	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

5. Millaisia sesongin mukaisista lähikalalajeista valmistettuja tuore- tai pakastetuotteita toivoisitte tuotekehitykseen ja sitä kautta suurkeittiössä tai einestutteenä käytettäväksi? Mainitsettehan, mikäli teillä on tuotteille kalalajitoivomuksia?

6. Oletteko maistaneet kuoretta aikaisemmin?

Kyllä ☐ missä yhteydessä? _____

En ☐

7. Terveiseni kyselyn tekijälle kuoreen elintarvikekäytön lisäämiseksi:

8. Vastaajan taustatiedot

Sukupuoli

Nainen ☐

Mies ☐

Ikä

18-29 v. ☐

30-39 v. ☐

40-49 v. ☐

50 v.- ☐

Taustaorganisaatio

Suurkeittiö ☐

Tukku- tai vähittäiskauppa ☐

Muu, mikä? _____

Kiitokset
panoksestanne!



Lasagne oli vähän mössömäistä, joten rakenne voisi olla selkeämpi, tämä tosin makuasia.
 Saisiko väriä lisää esim. porkkanalla.
 Maku sopiva
 Mukava makeus.
 Yksi parhaista koskaan syömistäni lasagneista ja ehdottomasti paras kalalasagne. En muuttaisi mitään.
 Muistutti paljon tonnikalalasagnea.
 Tasapainoinen kokonaisuus, kala maistuu juuri sopivasti ja muutakin makua löytyy.
 Hyvä rakenne, jälkimaku hyvä.
 Tuoksu/haju ei ensivaikutelmana miellyttänyt, mutta syödessä ei enää haitannut. Maku voitti :)
 Todella hyvä maku, mutta ehkä aavistus kuiva rakenne
 Mausteet kohdillaan.
 Hyvä tuote, jälkivaikutelmana suutuntuma jäi tahmeaksi. Liekkö syynä ollut, ettei siihen hätään ollut juotavaa.
 Enemmän mausteita, muuten hyvä.
 Hyvänmakuinen, rakenteessa ehkä kehitettävää.
 Kalan maku voimakas, kuorelle ominainen. Lasagnessa voimakas tomaatti suussa.
 Rakenne ja ulkomuoto hyvä, myös maku on hyvä, kala maistuu. Kalalasagne ylipäättään ei minun herkkua.
 Hyvää, etenkin jos kalasta tykkää.
 Mausteisuus oli hyvä ja kuore jauhattuna vastasi koostumukseltaan jauhelihaa.
 Maku oli tosi hyvä, lasagne mukavan rasvainen.
 Kala voisi maistua enempikin.
 Mukavan makuinen kalalasagne
 Kalan maku sopiva, samoiten suolaisuus. Hyvää, ettei ollut liikaa valko/juustokastiketta. Pidin!
 Tykkäsin, että kuore oli helpossa muodossa eli muistutti jauhelihaa.
 Ulkonäkö ei kertonut kyseessä olevan kalaruoka, mutta suutuntuma kyllä. Lasagne oli maukas :)
 Koostumus tuntuu vähän pistelevältä suussa. Ihan kiva maku.
 Väri voisi olla houkuttelevampi, ulkonäkö toi mieleen lihalasagnen.
 Jokin pistävä raaka-aineen maku peitti pääraaka-aineen maun, voisiko korvata yrteillä?
 Hienonmakuinen uusi tuote.
 Jos ei olisi tietänyt, mitä syö, ei olisi tiennyt syövänsä kuoretta.
 Kosteampi rakenne olisi hyvä.
 Yllättävän hyvää!
 Maku hyvä, kalan osuus voisi ehkä olla vielä suurempi.
 Positiivinen yllätys, hyvä pehmeä rakenne.
 Jos oli tarkoitus tehdä jauhelihan korvike, siinä onnistuitte täydellisesti. En tiennyt syöväni kalaa.
 Miellyttävää, tomaattia ja kalan vaikutusta voisi vielä lisätä.
 Kaikenkaikkiaan hyvä tuote, toivottavasti saadaan jatkoon ja kauppoihin.

Kuoreesta gourmeeta -hanke: Friteeratun kuoreen maistatus Likis - lähiruokatapahtumassa 21.-22.9.2019 – palautelomake

Kuoreesta gourmeeta hankkeen tarkoituksena on kuoreen (norssin) jalostusarvon nostaminen elintarvikekäytön kautta.

Kuore on lohikala, joka muistuttaa ulkonäöltään hieman pientä muikkua. Hyvä tuntomerkki on kuoreen tuorekurkkua muistuttava ominaisuus. Kuoreesta on Suomessa kaksi eri muotoa, jotka eroavat toisistaan kooltaan ja kasvunopeudeltaan. Kookkaampi muoto, jota kutsutaan norssiksi, elää merialueilla. Kuore on kooltaan sisävesissä 7-12 cm ja merialueilla 15-20 cm. Kuore on ulappavesien parvikala, joka kutee jokien suilla ja virtaavassa vedessä aikaisin keväällä. Kuoretta tavataan Suomessa sisävesissä aina Oulunjoen vesistöön saakka. Se on merkittävin sivusaalis sisävesi- ja rannikkokalastuksessa. Kuore on Kainuun maakuntakala. (Luontoportti.fi 2019, viitattu 8.5.2019).

1. Onko kuore Teille tuttu kala?

Kyllä ☐ Ei ☐

2. Oletteko maistaneet kuoretta aikaisemmin?

Kyllä ☐ missä yhteydessä? _____
En ☐

3. Kuinka usein syötte kalaa?

Luonnonkala (esim. kuore, muikku, särki, ahven, hauki, siika): _____ kertaa kuukaudessa
Kasvatettu kala (norjanlohi, kirjolohi): _____ kertaa kuukaudessa

4. Oletteko kiinnostuneet lisäämään luonnonkalan käyttöä kotitaloudessanne?

Kyllä ☐ Ei ☐

5. Pidittekö maistamastanne friteeratusta kuoreesta?

Kyllä ☐ En ☐

Kuvailkaa friteeratua kuoretta omin sanoin. Mistä piditte ja missä olisi kehitettävää?

6. Ostaisitteko friteeratua kuoretta, mikäli sitä olisi tarjolla esimerkiksi päivittäistavarakaupassa?

Kyllä ☐ En ☐ Ehkä ☐

7. Vastaajan taustatiedot

Sukupuoli:

Nainen ☐

Mies ☐

Muu ☐

Ikä:

Alle 18 v. ☐

18-29 v. ☐

30-39 v. ☐

40-49 v. ☐

50 v. ☐

Kiitokset panoksestanne!



Rapsakampi pirta olisi parempi, mahdollisesti vähän enemmän suolaa
 Maistaiskuore oli todella hyvää
 Hyvää, en keksi parannettavaa
 Hyvä
 Pehmeä, hyvä kala
 Oli herkullista
 Mieto kalan maku tulee hyvin esiin, hyvä ettei ole liian peittävä friteeraus
 Loistavan hyvää
 Oikein hyvää, mieto, hienostunut maku
 Lapset 3v. ja 5 v. Hyvää, söin sen kaikki, tuntu jännältä kielessä
 Maukas, herkullinen, mehevä, hyvä suola
 Hyvänmakuinen, ei tarvi muuttaa
 Todella hyvä paistettu maku
 Hyvänmakuinen
 Vaatii vähän totuttelua
 Olen saanut kuivattuja norssia ja ne oli tosi hyviä. Mistähän niitä saisi?
 Hieno maku
 Hyvä maku
 Suolaa oltava enemmän, muuten hyvä. Maistuu kala.
 Rapsakka, vielä parempaa ruiskuorutteella. Maukas kala.
 Mitähän olis paistettuna? Valkopippuria ehkä vähemmän.
 Maukas
 Hyvä maku, kiva ulkonäkö
 Maukas ja rapea
 Loistava maku, hienoa!
 Muistutti siikaa, lämpimänä varmaan parempaa.
 Mukavanmakuinen, kiinteä kala
 Hyvänmakuinen
 Tosi hieno maku, täydellinen
 Herkullista
 Hieman lisää suolaa
 Hyvä maku
 Mausteessa ollut inkivääri ja sitruuna: Kala oli huomattavan pehmeää, olen tottunut erilaiseen kalan suutuntumaan.
 Maukas, ei ruotoja
 Yllättävän hyvää, vaikka en ole kalansyöjä paitsi lohen.
 Aika seitimäinen, melko hyvä maku
 Hyvänmakuinen, hyvä suola
 Hyvää oli
 Muistuttaa muikkua, hyvää oli
 Ehkä rasvaa liikaa
 Maku hyvä, pidin rapeudesta
 Oikein hyvää
 Hyvää kalaa, en tiedä muistuttaako rautua tai siikaa. Lapsi 1,5 v. sanoo nam, nam. Myös 3veelle maistuu.
 Maistuu kalalta, aivan hyvää
 Pehmeä, luonnollinen maku. En hoksaa kehitettävää
 Hyvää oli
 Pidän yleensä kalasta, suolaa lisää jonkin verran.
 Maku hyvä, suutuntuma hyvä, ulkonäkö ok (tottuneelle). Mahdollisesti vaihtoehtoja
 Alarvostettu, hyvänmakuinen kala, potentiaalia markkinoille.
 Pehmeä maku, arkiruokaan sopiva. Tykkäsin.
 Rapea ja maukas, hyvä suola
 Lisää suolaa, erittäin hyvä tuote
 Maukas ja rapea
 Hyvänmakuinen
 Muikku
 Hyvänmakuinen
 Rapea, maukas, tarpeeksi kuiva
 Todella hyvää
 Pidän sen ei niin suolaisesta mausta, ei tuntunut myöskään liian rasvaiselta friteerauksesta huolimatta
 Pehmeä maku, oikein miellyttävä. Pieni makeus löytyy. Varmasti monikäyttöinen
 Ihan maukas
 Rapea, maukas
 Mehukas, hyvä
 Hyvä, rapsakka
 Hyvä maku ja tuntuma. Ei ollut ruotoja, mikä oli hyvä
 Hyvänmakuinen, ahvenen verrattava
 Hyvä sellaisenaan
 Mieto ja mukava maku
 Vähän sitkeää, muuten ok
 Muikun makuinen hyvä kala
 Maistuu ahvenelle
 Parempi ilman friteerausta, melko suolainen
 Maailman parasta